

Tampereen yliopisto

Johtamiskorkeakoulu

Politiikan tutkimuksen tutkinto-ohjelma

**Yritysten yhteiskunnalliset vaikutukset ja yhteiskuntavastuu Suomessa –  
kvantitatiivinen tutkimus kansalaisten näkemyksistä**

Alli Tiensuu

Pro gradu -tutkielma

Toukokuu 2017

Ohjaaja: Ilkka Ruostetsaari

Tampereen yliopisto  
Johtamiskorkeakoulu  
Politiikan tutkimuksen tutkinto-ohjelma, valtio-opin opintosuunta

TIENSUU, ALLI: ”Yritysten yhteiskunnalliset vaikutukset ja yhteiskuntavastuu Suomessa – kvantitatiivinen tutkimus kansalaisten näkemyksistä”

Pro gradu -tutkielma, 85 sivua, 14 liitesivua  
Toukokuu 2017

---

Tutkielma käsittelee suomalaisten näkemyksiä yritysten yhteiskunnallisista vaikutuksista ja yhteiskuntavastuusta Suomessa. Yhteiskuntavastuulla tarkoitetaan sitä, että yritykset ottavat toiminnassaan huomioon niiden yhteiskuntaan kohdistuvat vaikutukset. Yritysten yhteiskunnallisen vaikutusvallan nähdään kasvaneen, ja näin ollen yritykset vaikuttavat myös suomalaisiin enenemissä määrin. Yhteiskuntavastuun kehittämiseen ja siitä käytävään keskusteluun vaikuttaa keskeisesti globalisaatio.

Tutkielmassa tarkastellaan, mikä on suomalaisten näkemys yritysten kokonaisvaikutuksesta yhteiskuntaan, ja miten suomalaisten näkemys asemoituu kansainvälisesti. Lisäksi tutkitaan sitä, vaikuttavatko suomalaisten eroavat sosiodemografiset taustat heidän näkemyksiinsä. Aiemman tutkimuksen mukaan globalisaatio ja yritysten vaikutukset voivat kohdella eri lailla erilaisen taustan omaavia ihmisiä. On syntynyt globalisaation voittajiksi ja häviäjiksi kutsuttuja ryhmiä. Globalisaation voittajiin katsotaan kuuluvan pohjoisissa valtioissa asuvat ihmiset ja niiden sisällä nuoret, kaupungissa asuvat ja korkeasti koulutetut työntekijät ja yrittäjät, jotka hyötyvät avoimesta globaalista markkinataloudesta. Häviäjiksi sen sijaan katsotaan keski-ikäiset ja vanhukset, maaseudulla asuvat ja haavoittuvassa työmarkkina-asemassa olevat.

Yritysten kokonaisvaikutus muodostuu useasta tekijästä. Näin ollen tutkielmassa tarkastellaan myös suomalaisten käsityksiä ja niihin vaikuttavia tekijöitä yritysten yhteiskuntaan suuntautuvista erilaisista myönteisistä ja kielteisistä vaikutuksista, eri kokoisten yritysten vastuullisuudesta ja siitä, minkä tahon tai yritysten sidosryhmän pitäisi ottaa johtava rooli yritystoimintaan vaikuttamisessa Suomessa.

Aineistona käytetään yritysten yhteiskunnallisiin vaikutuksiin keskittyvää Flash Eurobarometri 363 -kyselytutkimusta vuodelta 2013. Analyysissä käytetään ristiintaulukointia sekä logistista ja multinomiaalista regressioanalyysiä.

Tulosten perusteella suomalaiset kokonaisuudessaan ja kansainvälisesti vertaillen näkevät yritysten kokonaisvaikutuksen yhteiskuntaan hyvin myönteisesti. Suhtautumisessa yritysten erilaisiin yhteiskunnallisiin myönteisiin ja kielteisiin vaikutuksiin, pk-yritysten vastuullisuuteen sekä johtavaan tahoon yritys-toimintaan vaikuttamisessa ei näyttäisi olevan globalisaation voittajien ja häviäjien välillä eroa. Suomalaisten katsotaan aiemman kirjallisuuden valossa hyötynneen globaalista markkinataloudesta ja olevan yhtenäinen ja erilaisiin instituutioihin luottava kansakunta. Tämä näkemys saa vahvistusta.

Yhtenäisyydestä huolimatta suomalaisten välillä on kuitenkin myös eroja. Globalisaation häviäjiksi katsotut ryhmät näkevätkin jossain määrin suuryritysten vastuullisuuden ja yritysten kokonaisvaikutuksen yhteiskuntaan globalisaation voittajia kielteisemmin.

Asiasanat: yritysten yhteiskuntavastuu, yritykset, sidosryhmät, globalisaatio, globalisaation voittajat ja häviäjät, pk-yritykset, suuryritykset

# Sisällysluettelo

1. JOHDANTO .....	1
2. YRITYKSET, VALTIO JA GLOBALISAATIO .....	5
3. YRITYSTEN YHTEISKUNTAVASTUU .....	9
3.1. Yhteiskuntavastuun taustaa ja historiaa .....	9
3.2. Yhteiskuntavastuun käsite ja motiivit .....	10
3.3. Yhteiskuntavastuun osa-alueita .....	15
4. YRITYKSET JA SIDOSRYHMÄT .....	18
4.1. Sidosryhmien käsite ja merkitys .....	18
4.2. Yritysjohtajat, yritysten sidosryhmät ja niiden vaikutuskeinot .....	19
5. KANSALAISTEN NÄKEMYKSIIN VAIKUTTAVIA TEKIJÖITÄ .....	25
6. TUTKIMUSKYSYMYKSET, -AINEISTO JA -MENETELMÄT .....	30
6.1. Tutkimusasetelma, tutkimuskysymykset ja hypoteesit .....	30
6.2. Tutkimusaineisto .....	35
6.2.1. Tutkimusaineiston esittely .....	35
6.2.2. Selitettävät muuttujat .....	36
6.2.3. Selittävät muuttujat ja taustamuuttujat .....	38
6.3. Tutkimusmenetelmät .....	40
6.4. Tutkielman haasteet ja rajoitteet .....	42
7. ANALYYSI .....	44
7.1. Suomalaisten näkemys yritysten kokonaisvaikutuksesta yhteiskuntaan kansainvälisessä vertailussa .....	44
7.2. Suomalaisten näkemyksiin yritysten kokonaisvaikutuksesta vaikuttavia tekijöitä .....	46
7.3. Suomalaisten näkemykset yritysten myönteisistä ja kielteisistä vaikutuksista yhteiskuntaan ....	55
7.4. Suomalaisten näkemykset erityyppisten yritysten pyrkimyksistä käyttäytyä vastuullisesti yhteiskuntaa kohtaan .....	65

7.5. Suomalaisten näkemykset johtavasta tahosta yritystoimintaan vaikuttamisessa .....	69
8. JOHTOPÄÄTÖKSET .....	76
8.1. Tulosten yhteenveto ja pohdintaa .....	76
8.2. Lopuksi: suomalaiset myönteisiä, mutta ryhmien välillä eroja.....	84
LÄHTEET .....	86
Aineisto .....	86
Kirjallisuus .....	86
Liitteet .....	97
Liite 1: Kyselylomakkeen suomalaiset kysymys- ja vastausmuodot Flash Eurobarometrissa 363 ....	97
Liitetaulukot .....	102

## Kuvioluettelo

Kuvio 1. Tutkimusasetelma graafisesti.....	34
Kuvio 2. Suomalaisten näkemys yritysten myönteisiä vaikutuksia yhteiskuntaan.....	56
Kuvio 3. Suomalaisten näkemys yritysten kielteisistä vaikutuksia yhteiskuntaan .....	61
Kuvio 4. Suomalaisten näkemys siitä, minkä tahon pitäisi ottaa johtava rooli yritystoimintaan vaikuttamisessa Suomessa .....	70

## Taulukkoluetelo

Taulukko 1. Vastaajat jaettuna ammattiryhmän tai työmarkkina-aseman mukaisesti.....	38
Taulukko 2. Kansalaisten näkemykset eri maissa yritysten kokonaisvaikutuksesta yhteiskuntaan .....	45
Taulukko 3. Ammattiryhmän tai työmarkkina-aseman vaikutus näkemykseen yritysten kokonaisvaikutuksesta yhteiskuntaan .....	46
Taulukko 4. Vastuullisuudesta kiinnostuneisuuden vaikutus näkemykseen yritysten kokonaisvaikutuksesta yhteiskuntaan .....	48
Taulukko 5. Vastuullisuudesta tietoisuuden vaikutus näkemykseen yritysten kokonaisvaikutuksesta yhteiskuntaan .....	48
Taulukko 6. Henkilön taustan vaikutus näkemykseen yritysten yhteiskunnallisesta kokonaisvaikutuksesta. Logistinen regressio .....	51
Taulukko 7. Ammattiryhmän tai työmarkkina-aseman vaikutus näkemykseen siitä, kuinka paljon yritykset kiinnittävät huomiota yhteiskunnallisiin vaikutuksiinsa verrattuna 10 vuoden takaiseen tilanteeseen.....	53
Taulukko 8. Ammattiryhmän tai työmarkkina-aseman vaikutus näkemykseen yritysten tärkeimmistä myönteisistä vaikutuksista yhteiskuntaan .....	56
Taulukko 9. Henkilön taustan vaikutus yritysten myönteisen vaikutuksen mainintaan. Logistiset regressiot .....	58
Taulukko 10. Ammattiryhmän tai työmarkkina-aseman vaikutus näkemykseen yritysten tärkeimmistä kielteisistä vaikutuksista yhteiskuntaan .....	62
Taulukko 11. Henkilön taustan vaikutus yritysten kielteisen vaikutuksen mainintaan. Logistiset regressiot .....	63
Taulukko 12. Ammattiryhmän tai työmarkkina-aseman vaikutus siihen, näkeekö vastaaja pk-yritysten pyrkivän käyttäytymään vastuullisesti yhteiskuntaa kohtaan Suomessa .....	66

Taulukko 13. Ammattiryhmän tai työmarkkina-aseman vaikutus siihen, näkeekö vastaaja suuryritysten pyrkivän käyttäytymään vastuullisesti yhteiskuntaa kohtaan Suomessa .....	66
Taulukko 14. Henkilön taustan vaikutus näkemykseen siitä, pyrkivätkö pk-yritykset ja suuryritykset käyttäytymään vastuullisesti yhteiskuntaa kohtaan Suomessa. Logistiset regressiot .....	68
Taulukko 15. Ammattiryhmän tai työmarkkina-aseman vaikutus näkemykseen siitä, minkä tahon pitäisi ottaa johtava rooli yritystoimintaan vaikuttamisessa Suomessa. ....	71
Taulukko 16. Henkilön taustan vaikutus hänen näkemykseensä siitä, minkä tahon tulisi ottaa johtava rooli yritystoimintaan vaikuttamisessa Suomessa. Logistiset regressiot .....	73

# 1. JOHDANTO

Useat tutkijat ovat sitä mieltä, että yritysten rooli yhteiskunnassa on kasvanut, ja ne nähdään markkinatalouden tärkeimpinä organisaatioina. Yritykset vaikuttavat yhteiskuntaan, kun ne tuottavat tuotteita ja palveluita, tarjoavat työpaikkoja, maksavat veroja ja toimivat talouskasvun luojina. (Crane, Matten & Moon 2008, 2, 29.)

Yritysten vaikutuksia yhteiskuntaan käsitellään *yhteiskuntavastuun* käsitteellä. Tällä tarkoitetaan, että yritysten toiminta synnyttää yhteiskuntaan monia vaikutuksia eikä rajaudu vain yrityksen omaan taloudelliseen voiton tuottamiseen. Yhteiskuntavastuuajattelu lähtee siitä, että yritysten tulisi huomioida nämä vaikutukset niiden toiminnassa. Euroopan komissio (2015) on määritellyt yhteiskuntavastuun siten, että yritykset ottavat huomioon toimintansa yhteiskunnalliset vaikutukset. Nämä vaikutukset voivat olla taloudellisia, sosiaalisia tai ympäristöön liittyviä (Elkington 1999, 2).

Yritysten yhteiskuntavastuu on noussut suosituksi termiksi viime aikoina niin liike-elämässä, mediassa kuin akateemisissakin piireissäkin (Lankinen 2015; Matten & Moon 2008, 404–412; Carroll 2008, 41; Sahlin-Andersson 2006, 595; Palacios 2004, 391). Suomessa yhteiskuntavastuun toteuttaminen on yleistynyt viime vuosina (PwC 2015, 2–3). Suomalaisten sidosryhmien<sup>1</sup> näkemyksen mukaan suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun taso on kohtuullinen ja aavistuksen paremmalla tasolla kuin verrokkimaissa Ruotsissa, Tanskassa, Englannissa, Alankomaissa ja Saksassa (työ- ja elinkeinoministeriö 2016a, 36–42). Yhteiskuntavastuun toteuttamiseen yritystä voi motivoida se, että vastuullinen kuva voi nostaa myyntiä, vähentää kuluja, tuoda yritykselle erityisen tyytyväisiä asiakkaita, parantaa brändin arvoa ja suurentaa voittoja (Crane & Matten 2010, 51; ks. myös Sadler 2004, 852; Jackson 2010, 45; Mefford 2011, 109).

Toisaalta Pauli Kettusen (2008, 91–92, 204–205; ks. myös Jackson 2010, 44) mukaan yritysten kasvanut yhteiskuntavastuudiskurssi perustuu sille, että yritysten ja markkinatalouden vaikutusvalta Suomessa on kasvanut, jolloin yritykset haluavat vaikuttaa asioihin itsesääntelyn avulla yhä enemmän sen sijaan, että demokraattisesti valittu valtionjohto päättäisi yrityksiin – esimerkiksi sosiaalipolitiikkaan ja ympäristöasioihin – liittyvästä sitovasta lainsäädännöstä. Myös Jeremy Moon ja David Vogel (2008, 304–308; ks. myös Davis 1973, 314) ovat samoilla linjoilla, kun he toteavat, että yritysten vapaaehtoinen sitoutuminen

---

<sup>1</sup> Kyseisessä selvityksessä sidosryhmät ovat: sijoittajat ja rahoittajat, kansalaisjärjestöt, viranomaiset, työmarkkinajärjestöt ja asiantuntijaorganisaatiot.

yhteiskunnallisiin toimiin ja ohjelmiin voi ehkäistä pakottavaa lainsäädäntöä ja varmistaa suuremman itsenäisyyden valtioon nähden.

Toisaalta viime aikoina esimerkiksi Euroopan unioni on alkanut vaatia nimenomaan sitovalla lainsäädännöllä yrityksiltä, että ne ottaisivat huomioon yhteiskunnallisia vaikutuksiaan. Tästä esimerkkinä voidaan mainita tilinpäätösdirektiivin muutos (2013/0110) koskien yhteiskuntavastuuraportointia suurissa yrityksissä. Direktiivi edellyttää, että suuret yritykset raportoivat lakisääteisen taloudellisen raportoinnin lisäksi niiden muista yhteiskuntaan vaikuttavista asiakokonaisuuksista. Lisäksi Suomen lainsäädäntö on lähtökohtaisestikin asettanut riman korkealle useassa yhteiskuntavastuun alaan kuuluvassa asiassa, esimerkiksi ympäristövaikutuksissa, työntekijöiden kohtelussa ja verojenmaksussa toisin kuin vaikkapa monessa kehitysmaassa (esim. työ- ja elinkeinoministeriö 2017; Matten & Moon 2008, 413).

Yrityksiin kohdistuva poliittinen mielenkiinto on noussut muidenkin ihmisten ja ryhmien tietoisuuteen ja kiinnostuksen kohteeksi kuin työntekijöiden, asiakkaiden tai sijoittajien. Muut ihmiset ja ryhmät tarkoittavat niitä, jotka eivät ole kiinnostuneita kyseisen yhtiön tuotteista tai palveluista. Valtion hallinto-toiminnassa kansalaiset valtuuttavat edustajat demokraattisesti vaaleilla. Sen sijaan yksittäisten yritysten päätökset ovat laajan institutionaalisen demokraattisen kontrollin ulottumattomissa. Yrityksiin pyrkivät vaikuttamaan kuitenkin monet sidosryhmät eli tahot, joihin yrityksen toimilla on vaikutuksia tai jotka vaikuttavat yritykseen. Näitä ovat esimerkiksi sijoittajat, asiakkaat, työntekijät ja yritysten toiminnasta kiinnostuneet kansalaisjärjestöt. (Crane ym. 2008, 1; ks. myös Freeman 1984, 25, 55.)

Ruotsalaisen tutkijan Arvid Lindhin (2015, 75–77) mukaan ei ole juurikaan tutkittu empiirisesti, mitä kansalaiset ovat mieltä yhteiskuntavastuusta. Markku Jussila (2010, 127) ehdottaa, että kansalaisten mielipidettä yhteiskuntavastuusta tutkittaessa tulisi ottaa huomioon erilaiset demografiset ryhmät, kuten nuoret, aikuiset, eläkeläiset ja eri alueilla asuvat. Lisäksi Jussilan mukaan keskeinen yritysten yhteiskuntavastuun sidosryhmä on lisäksi yrityksen paikallisen toimialueen asukkaat, joten Suomessa toimivan yrityksen sidosryhmä olisivat Suomessa asuvat ihmiset. Akateemiselta tutkimukselta on toivottu sen selvittämistä, miten yhteiskuntavastuun toteuttaminen heijastelee sosiaalista inklusiota, yhtäläisiä mahdollisuuksia ja miten nämä arvot painottuvat suhteessa innovaatioihin, erilaisiin taustoihin ja valintoihin (Matten & Moon 2008, 420).

Kettusen tavoin myös Lindh (2015, 75–77) toteaa, että debattia esiintyy yritysten vallan ja vaikutusten kasvamisesta yhteiskunnissa. Näin ollen yritykset käyttävät sosiaalisiin odotuksiin vastaamisessa hyväksi yhteiskuntavastuun käsitettä. Hänen mukaansa on erittäin oleellista tutkia, mikä on kansan mieli-



pide tähän asiakokonaisuuteen. Suomessa kuva yritysten yhteiskuntavastuusta pohjautuu tutkimusten sijaan pitkälti yritysten omaan vastuullisuusviestintään, raportointiin ja erilaisissa selvityksissä antamaan kuvaan (työ- ja elinkeinoministeriö 2016a, 7).

Lindh (2015, 77) toteaa, että nimenomaan kansalaisten näkemykset yhteiskuntavastuusta ansaitsevat osakseen analyyttistä akateemista arviointia, sillä kansalaisten mielipiteet saattavat vaikuttaa niin yritysten kuin valtioidenkin käytäntöihin. Hän korostaa, että yksittäisten julkaisujen ja akateemisen tutkimuksen ei kuitenkaan ole tarkoitus tarjota normatiivista vastausta yhteiskuntavastuun puolesta tai vastaan. Toisaalta voidaan myös sanoa, että yhteiskuntavastuun käsitteen nousu akateemisissa teksteissä kuvastaa kasvanutta huomiota yritysten, kansalaisyhteiskunnan ja valtioiden keskinäisiin globaaleihin suhteisiin (Crane, McWilliams ym. 2008, 4).

Aiemmassa akateemisessa kvantitatiivisessa yhteiskuntavastuun tutkimuksessa on ollut otosten edustavuuteen liittyviä ongelmia. Esimerkiksi Grunigin yhdysvaltalainen tutkimus vuodelta 1979 on kohta 40 vuotta vanha, eikä se ole laajemman populaation kannalta katsottuna edustava. Lisäksi muu tutkimus rajoittuu tiettyjen erityisryhmien tutkintaan, kuten kuluttajiin (esim. Maignan 2001), työntekijöihin (esim. Kim ym. 2010) tai kauppatieteen opiskelijoihin (esim. Kolodinsky ym. 2010). Lisäksi aiempaa tutkimusta kansalaisten mielipiteistä varjostaa kansalaisten niputtaminen yhdeksi kokonaisuudeksi. Kansalaisia ei ole eroteltu sen mukaan, mikä on heidän suhteensa yritysmaailmaan. Keskeistä onkin kansalaisten näkemyksistä puhuttaessa muistaa, ettei kansa ole yhtenäinen kokonaisuus, jolla olisi kollektiivinen mielipide. (Lindh 2015, 76, 79.)

Tärkeä ulottuvuus yritysten yhteiskuntavastuussa ja kansalaisten suhteessa yritysmaailmaan on globalisaatio. Globalisaation ja globaalin markkinatalouden vaikutukset ovat kohdelleet eri ihmisryhmiä eri tavoin. Korkeasti koulutettujen työntekijöiden ja joidenkin yrittäjien asema on globaalissa talousjärjestelmässä parantunut, sillä he hyötyvät avoimesta kansainvälisestä markkinataloudesta. Globalisaatiosta hyötyminen koskee myös enemmän nuoria, omaisuutta omistavia ja pohjoisissa valtioissa asuvia. Sen sijaan perinteisen teollisuuden työntekijöiden ja yrittäjien työpaikat ovat monesti uhattuna, kun yritykset voivat siirtyä ulkomaille matalamman kustannustason maihin tai työpanos voidaan korvata teknologisilla innovaatioilla. (Kriesi ym. 2006, 922; Scholte 2005, 296–300, 313, 345; Kaihovaara 2015, 50–52.) Yritysten yhteiskunnalliset vaikutukset voivat siis kohdella eri lailla eri kansalaisryhmiä. Tutkimusta, jossa tarkasteltaisiin suomalaisten mielipidettä yritysten yhteiskunnallisista vaikutuksista heidän taustansa pohjalta ei ole juurikaan löydettävissä.

Tutkimustehtävä tässä pro gradu -tutkielmassa on näin ollen selvittää, miten suomalaiset näkevät yritysten yhteiskunnalliset vaikutukset Suomessa ja miten suomalaisten näkemys yritysten vaikutuksista suhteutuu kansainvälisesti. Tarkastelussa on erityisesti se, selittääkö suomalaisten eroava sosiodemografinen tausta heidän näkemyksiään. Lisäksi tarkoitus on selvittää suomalaisten näkemyksiä siitä, minkä tahon tai sidosryhmän tulisi ottaa johtava rooli yritystoimintaan vaikuttamisessa Suomessa. Tutkimusmenetelmäksi luonteva valinta on kvantitatiivinen analyysi, koska tutkimuksen kohteena on Suomen koko väestö. Tutkimusaineistona käytetään Euroopan komission Flash Eurobarometri 363 *How Companies Influence Our Society: Citizens' View* -kyselytutkimusta vuodelta 2013.

Tutkielma on tarkoitus rakentaa kolmitasoisena. Ensimmäinen taso käsittää kansainvälisen kokonaistilanteen, jotta suomalaisten näkemykset voidaan suhteuttaa globaaliin kokonaisuuteen. Toinen taso käsittelee suomalaisten näkemyksen kokonaisuudessaan kansakuntana. Kolmannella tasolla syvennyttään erilaisten väestöryhmien välisiin mahdollisiin eroihin Suomen sisällä.

Yritysten yhteiskuntavastuun tutkimus on jonkin verran keskittynyt kauppatieteisiin. Tämän tutkielman fokus on kuitenkin valtio-opillinen, koska tutkielmassa tutkitaan kansalaisten näkemyksiä yhteiskunnassa valtaa käyttävistä organisaatioista. Poliittikka sijaitsee kaikkialla yhteiskunnassa eikä vain edustuksellisen demokratian kapealla sektorilla. Tänä päivänä sen voidaan jopa nähdä siirtyneen kasvavassa määrin edustukselliselta foorumilta talouden areenalle (Lahtinen 2009, 260–270).

Tutkielma etenee seuraavalla tavalla. Luvussa 2. taustoitetaan lukijalle kuvaa yritysten nykyisestä toimintaympäristöstä, johon kuuluu globalisaatio ja yritysten kasvanut yhteiskunnallinen vaikutusvalta. Luvussa kuvataan myös Suomen tilannetta globaalissa talouskilpailussa. Luvussa 3. keskitytään yritysten yhteiskuntavastuuseen – sen historiaan ja taustaan lyhyesti, yhteiskuntavastuun käsitteeseen ja yritysten motiiveihin toteuttaa sitä sekä yritysten yhteiskunnallisiin vaikutuksiin, jotka voivat olla yhteiskunnan kannalta myönteisiä tai kielteisiä. Myös erityyppisiä yrityksiä käsitellään lyhyesti.

Luvussa 4. paneudutaan siihen, mitä yritysten sidosryhmät ovat, millaista vuorovaikutusta yritysten ja sidosryhmien välillä on ja miten sidosryhmät vaikuttavat yritystoimintaan. Viimeinen teoriaosuuden luku käsittelee kansalaisten mielipiteitä yritysten yhteiskuntavastuusta ja pohtii suomalaisten sosiodemografisia eroja. Tämän jälkeen esitellään luvussa 6. tutkimusasetelma, -aineisto ja -menetelmä. Luvussa 7. eritellään analyysin tuloksia ja viimeisessä luvussa 8. esitetään johtopäätökset ja tulkintaan niitä yritysten yhteiskuntavastuuta tehdyn tieteellisen tutkimuksen valossa.

## 2. YRITYKSET, VALTIO JA GLOBALISAATIO

Yrityksillä on merkittävää yhteiskunnallista vaikutusvaltaa. Yrityksillä on taloudellisia ja yhteiskunnallisia rooleja, mutta niiden poliittinen rooli on jäänyt hieman varjoon. Silti esimerkiksi ilmastonmuutosta tai muita suuria globaaleja poliittisia ongelmia pohditaan harvoin ilman yritysten vastuun miettimistä. (Crane ym. 2008, 1.)

Erityisen suurta valtaa käyttävät monikansalliset suuryritykset. Ne ovat modernin poliittisen talouden merkittävimpiä toimijoita. Joissain tapauksissa niillä voi olla enemmän vaikutusvaltaa kuin valtioiden hallituksilla. (Irogbe 2013, 223; Crane & Matten 2010, 23–24; Preuss, Haunschild & Matten 2006, 256; ks. myös Jackson 2010, 43; Palacios 2004, 384–389.)

Kaikki tutkijat eivät kuitenkaan ole samaa mieltä. Allan Rugmanin ja Alain Verbeken (2000, 378–384; ks. myös Crane & Matten 2010, 69) mukaan tulee ottaa huomioon, että kaikki yritykset sijoittuvat aina joidenkin valtioiden rajojen sisäpuolelle, jolloin kansallisvaltiot ja niiden hallitukset aina vaikuttavat yritysten toimintaan merkittävästi. Tämän näkökulman mukaan jopa monikansalliset yritykset voidaan nähdä suhteellisen heikkoina ja riippuvaisina kansallisista hallituksista. Juan José Palaciosin (2004, 388–398) mukaan kansallisvaltiot ovat monikansallisten yritysten ja muiden toimijoiden vallan kasvusta huolimatta maailman vaikutusvaltaisimpia instituutioita. Rugmanin ja Verbeken tapaan hän huomauttaa, että yritysten tulee noudattaa niiden valtioiden lakeja ja sääntöjä, joissa ne toimivat.

Toisaalta monikansallisten yritysten valta on taloudellisten lukujen valossa kohtuullisen uskottavaa, koska monen suuryritysten liikevaihto<sup>2</sup> ylittää yksittäisen kansallisvaltion bruttokansantuotteen (Sahlin-Andersson 2006, 601). Suomen valtion bruttokansantuote vuonna 2014 oli 272 miljardia dollaria, mikä on vain vähän yli puolet amerikkalaisketju Walmartin 476 miljardin dollarin liikevaihdosta samana vuonna (Maaailmanpankki 2016; Walmart 2014, 18). Lisäksi Walmart oli Kiinan kuudenneksi suurin kauppakumppani, ennen monia valtioita vuonna 2010 (The Guardian 12.1.2010). Yritykset säätelevät maailmantaloutta myös esimerkiksi toimitusketjujen kautta ja omistavat infrastruktuurit, joilla näitä toimitusketjuja pidetään yllä (Crane ym. 2008, 184). Lisäksi Ilari Karppi (2004, 196; ks. myös Palacios 2004, 391) esittää, että kansantalouksien välisestä kaupasta kasvava osa on muuttunut suuryhtiöiden sisäiseksi kaupaksi.

---

<sup>2</sup> Liikevaihto tarkoittaa myyntituottojen summaa, josta on vähennetty arvonlisävero.

Yritysten vaikutusvallan kasvuun liittyykin kiinteästi kansainvälinen kauppa ja globalisaatio. Kun yritykset ovat levittäneet niiden toiminnot yli kansallisten rajojen, asiakokonaisuudet monimutkaistuvat. Tämä asettaa haasteita erilaisten intressien, lakien, sääntelyn ja odotusten hallitsemisessa. (Freeman ym. 2010, 255.) Globalisaatiokeskustelun yksi keskeinen piirre on liittynyt kysymykseen kansallisvaltion tulevaisuudesta. Gerald Delantyn (2000, 4, 92) mukaan globalisaatio on pienentänyt niiden valtaa. Lars Trägårdhin (1997, 283) mukaan globalisaatio asettaa erityisen suuren haasteen Pohjoismaille, sillä niissä valtio on toiminut perinteisesti hyvin keskeisesti taaten yksilöiden oikeudet.

Globalisaatio on monipuolinen käsite. Tässä kontekstissa se viittaa esimerkiksi siihen, että kansallisvaltion kapasiteetti ja talouspolitiikka on siirtynyt suuryrityksille ja muille yli- tai poikkikansallisille vaikuttajille: rahamarkkinoille, maailmantalouden sääntelyorganisaatioille, poikkikansallisille kansalaisjärjestöille sekä Euroopan tapauksessa Euroopan unionille. Toisaalta myös toinen suunta on olemassa, koska valtion päätäntävaltaa on siirretty alueellisille ja paikallisille päätäntäelimille. (Kettunen 2008, 212; ks. myös Møller 2011, 24; Trägårdh 1997, 283; Jackson 2010, 43–46; Delanty 2000, 134.)

Globalisaatiota voidaan kuvata eri näkökulmista. Taloudellis-poliittinen näkökulma kohdistuu siihen, että kapitalismi on noussut vallitsevaksi globaaliksi talousjärjestelmäksi. Neuvostoliiton romahduksen jälkeen kapitalistisella järjestelmällä ei ole ollut todellista haastajaa. Lisäksi globalisaatioon liittyy ekologinen näkökulma, sillä ilmastonmuutos, saastuminen ja muut ympäristöongelmat eivät rajoitu tietyn valtion rajojen sisäpuolelle. Kokoavaksi globalisaation luonnehdinnaksi voidaan näin ollen todeta territoriaalisen merkityksen väheneminen sosiaalisissa, taloudellisissa ja poliittisissa suhteissa, toiminnoissa ja prosesseissa. (Crane ym. 2008, 170; Delanty 2000, 1–4, 82, 135; Kettunen 2008, 211–212; ks. myös Møller 2011, 23; Scholte 2005, 183.)

Globalisaation katsotaan tuottavan laajasti vaurautta ja etuja, koska talouskasvu, hyvinvointi ja demokratia liittyvät yhteen (Kettunen 2008, 153–168, 209–223; Delanty 2000, 2, 96). Toisesta näkökulmasta katsoen voidaan kuitenkin nähdä se kehityslinja, että valta olisi siirtynyt jonkin verran pois kansalaisten demokraattisesti valitsemilta instituutioilta ja tätä myöten kansalaisilta. Tätä kehityssuuntaa voidaan luonnehtia politiikan ja yhteiskunnan *taloudellistumiseksi*. Poliitiikka on jossain määrin siirtynyt edustuksellisesta politiikasta talouden areenalle eri toimijoille ja sidosryhmille. (Crane & Matten 2010, 68–69; Shamir 2008, 1–4, 13; Delanty 2000, 100).

Valtion sääntelyn vapauttamisen suuntaus voidaan nähdä valtioiden vastauksena globalisaatioon. Myös kansainväliset organisaatot, kuten Kansainvälinen valuuttarahasto (IMF), Maailman kauppajärjestö

(WTO), Taloudellisen yhteistyön ja kehityksen järjestö (OECD) ja Maailman talousfoorumi ovat liittäneet taloudellisen toiminnan normien vähentämiseen globalisaation hallintakeinoksi. Markkinavoimien suosiminen valtion interventoiden sijaan on 1980-luvun alussa kansainvälisesti voimakkaaksi nousseen uusliberalistisen aatesuuntauksen mukaista. Tämän saavuttamiseen on käytetty keinoina yksityistämistä, sääntelyn purkamista ja julkisen sektorin koon pienentämistä. Näin ollen uusliberalistisen kehityksen myötä hallinta siirtyy pois keskitetystä muodosta valtiolta suuntautuen enemmän kansalaisyhteiskunnan aloitteisiin, median valvontaan ja yritysten itsesääntelyyn. (Scholte 2005, 38–39, 185, 324; Albareda ym. 2006, 389.)

Valtioiden johto ja Euroopan unioni ovat ohjanneet yrityksiä tähän suuntaan (Matten & Moon 2008, 416; ks. myös Albareda ym. 2006, 386–387). Useasti yritykset ovat ongelmanratkaisijoina yhteiskunnallisissa kokonaisuuksissa, jolloin valtion taholta ei tarvita niin tiukkoja säännöksiä. Erilaisten organisaatioiden itsesääntely valtiossa ei kuitenkaan ole uusi ja vain yrityksiin liittyvä kokonaisuus. Suomalainen hyvinvointivaltio on aiemmin perustunut tietynlaiselle itsesääntelylle, koska keskeisessä osaa työmarkkinoilla ja sosiaalipolitiikassa ovat näytelleet vapaaehtoiseen jäsenyyteen perustuvat ammattiliitot ja etujärjestöt sekä niiden sopimukset ennemmin kuin sitova lainsäädäntö. (Kettunen 2008, 65, 159; ks. myös Crane & Matten 2010, 69–70.)

Valtiot kilpailevat yritysten suosiosta, koska yrityksillä on käytössään niin sanottu *exit-optio* eli mahdollisuus siirtyä toiseen maahan (Kettunen 2008, 205–209; Penttinen 2011; ks. myös Hirschman 1970). Ulkomaiset investoinnit voivat asettaa paineita valtion lainsäädännön tasolle, koska Cranen ym. (2008, 69) mukaan vain sellainen valtio, joka voi tarjota matalaa verotusta, matalia sosiaalisia standardeja ja alhaista palkkakulutustasoa, voi selviytyä valtioiden välisestä globaalista kilpailusta, jossa yrityksille pyritään tarjoamaan mahdollisimman alhainen kustannustaso (*race to the bottom*).

Globalisaatio on vaikuttanut suomalaiseen yhteiskuntaan. Talouselämän sääntelyä on vapautettu ja globaalin kilpailun parasta strategiaa on pohdittu. 1980-luvulle asti Suomen talous ja yritystoiminta olivat kohtuullisen suljettuja. (Kiander 2006; Kettunen 2008, 205–209; ks. myös Penttinen 2011; Matten & Moon 2008, 408.)

Kansainvälisen uusliberalistisen käänteiden myötä pääomaliikkeet vapautettiin Suomessa 1980-luvulta alkaen. Vapauttamiseen liittyi ongelmia, jotka näkyivät 1990-luvun alussa lamana ja korkeana työttömyytenä. (Kiander 2006.) Voidaan katsoa, että lama kietoi yhteen eri kestoiset ja tasoiset muutokset – kansalliset ja globaalit. Näitä ovat edellä esitettyjen muutosten lisäksi esimerkiksi tehdasteollisuuden raken-

nemuutos ja Euroopan integraatio. Maailman ja Suomen voidaankin katsoa hahmottuneen globaalien talouskilpailun areenaksi laman jälkeen. Toisaalta laman yhteydessä oikeutettiin globalisaation muutokset, joilla tarkoitetaan esimerkiksi työn puutetta ja tunnetta ylikulutuksesta. (Kettunen 2008, 123–124, 127; ks. myös esim. Lahtinen 2009, 261.)

Keskeistä kilpailukykyvaltionäkökulmassa on käsitys Suomesta toimijana globaalissa taloudessa. 1990-luvun alussa kansallinen identiteetti liitettiin ajatukseen, että talous edustaa välttämättömyyksiä, jotka asettavat rajat ja tehtävät politiikalle. (Kettunen 2008, 66, 99–101, 121; Lahtinen 2009, 260; ks. myös Palacios 2004, 388.) Esimerkiksi investoinnit tehdään nykypäivän Suomessa globaalien markkinatalouden sääntöjen mukaan, eikä sen perusteella, mikä olisi suomalaiselle työllisyydelle parasta (Korkman 2016).

Tuotantopaikkojen globaalien kilpailun myötä Suomesta on hävinnyt kokonaisia tuotannonaloja, esimerkiksi vaateteollisuus. Globaalissa taloudessa on mahdollista, että tuotteita voidaan valmistaa jossakin muussa maassa huomattavasti edullisemmin kuin Suomessa esimerkiksi palkkatason tähden. Suomalaisien täytyy kilpailla muilla ominaisuuksilla, kuten korkealla osaamisella ja innovaatioilla. (Karppi 2004, 188–197.) Lisäksi työ- ja elinkeinoministeriö (2017) listaa Suomen mahdollisena kilpailuvalttina globaaleilla markkinoilla suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuun.

### 3. YRITYSTEN YHTEISKUNTAVASTUU

#### 3.1. Yhteiskuntavastuun taustaa ja historiaa

Yritystoiminnan yhteiskuntavastuun historiassa katsotaan olevan kolme pääasiallista aikakautta: teollinen vallankumous, 1900-luvun puolivälin hyvinvointivaltio ja globalisaation aika. Teollisen vallankumouksen aikakautta 1800-luvulla värjivät teollisuustyöläisten vaatimattomat olosuhteet, orjuus, modernin yritysmuodon syntyminen ja paternalistinen hyväntekeväisyys. Paternalismin taustalla oli ajatus työntekijöiden työkyvyn säilyttämisestä ja sitouttamisesta perheineen työnantajaan. Ajan myötä yritykset kasvoivat, ja julkista sääntelyä ja valvontaa alettiin vaatia. 1900-luvun alussa yritysmaailmaa kohtaan osoitettiin kansainvälisesti monin paikoin vastustusta. Sitä syytettiin esimerkiksi ihmisten ja luonnon hyväksikäytöstä. Ratkaisua etsittiin perustamalla Kansainvälinen työjärjestö ILO. Järjestö toi yhteen hallitukset, yritykset ja ammattiliitot, ja kannusti yritysjohtajia miettimään toimintansa yhteiskunnallisia vaikutuksia. (Blowfield & Murray 2014, 32–37; Juutinen & Steiner 2010, 28; Carroll 2008, 20–24; Sadler 2004, 858.)

Suomen kehitystä teollisen vallankumouksen ajalta kuvaa se, että kapitalismi laajeni Pohjoismaihin 1800-luvulla, ja valtiot omaksuivat valtiovetoisen markkinatalouden mallin. Pohjoismaissa on ollut tyyppillistä, että käsitteinä valtio ja yhteiskunta liittyvät tiukasti toisiinsa. Muun Euroopan tavoin Suomessa toimi 1870-luvulta 1900-luvun alkuvuosikymmenille paternalistisia teollisuuspatruunoita. (Juutinen & Steiner 2010, 28; Kettunen 2008, 136–138.)

Toisen maailmansodan jälkeen yritysten rooli muotoutui niin, että niiden tehtäväksi katsottiin työpaikkojen luominen, lain noudattaminen ja verojen maksaminen. Hyvinvointivaltiota alettiin hahmotella Suomessa, muissa Pohjoismaissa ja esimerkiksi Britanniassa. Viimeistään tällöin teollisuuspatruunoiden rooli työntekijöiden hyvinvoinnissa pieneni, kun yhteiskunta otti näistä toiminnoista vastuun. Naiset alkoivat käydä enemmän töissä, koska yhteiskunta otti vastuuta perheiden hartioilta. (Blowfield & Murray 2014, 37–38; Juutinen & Steiner 2010, 28; ks. myös esim. Jackson 2010, 49; Freeman 1984, 38.)

Suomessa ja muissa Pohjoismaissa hyvinvointivaltiojärjestelmää ja yritysten vaikutuksia yhteiskunnassa on määrittänyt korkea järjestäytymisaste sekä työntekijä- että työnantajapuolella ja keskitettyjen työehtosopimusten vahva asema. Lisäksi pohjoismaisten yhteiskuntien yhteisiksi piirteiksi on voitu määrittää palkkatyön tekeminen, täystyöllisyystavoite, ajatus kansalaisuuteen kuuluvista sosiaalisista oikeuksista ja naisten oikeus ansiotyöhön. (Kettunen 2008, 161.)

Käsitteenä yritysten yhteiskuntavastuu syntyi 1900-luvun puolivälissä Yhdysvalloissa. Tietävästi sitä käytti ensiksi vuonna 1953 taloustieteilijä Howard Bowen. Yhteiskuntavastuuajattelu alkoi saada jalansijaa Yhdysvalloissa yritysjohtajien keskuudessa, kun he alkoivat pohtia yhteiskunnan odotuksia yritystä kohtaan. Tuon aikakauden vastuullisuus nähtiin pitkälti hyväntekeväisyytenä. (Carroll 2008, 19–20, 24–26; Jackson 2010, 48; Matten & Moon 2008, 405; Crane, McWilliams ym. 2008, 3.) Freeman ym. (2010, 236) ja Carroll (2008, 30, 33) sijoittavat käsitteen varsinaisen synnyn Yhdysvaltoihin 1960- ja varsinkin 1970-luvulle, jolloin esimerkiksi Keith Davis, Milton Friedman ja Archie B. Carroll vaikuttivat.

Globalisaation aikakauden katsotaan alkaneen 1980-luvulla. Globalisaatio voidaan katsoa yhdeksi nykyaikajan yhteiskuntiin ja yhteiskuntavastuuajatteluun syvällisimmin vaikuttavista ilmiöistä (esim. Crane & Matten 2010, 17). Yhteiskuntavastuuajattelu on kehittynyt voimakkaasti 1990-luvulta lähtien ja tullut enemmän osaksi yritysten strategioita (Blowfield & Murray 2014, 43–46; ks. myös Juutinen & Steiner 2010, 30). 2000-luvulla yhteiskuntavastuu on konkretisoituneet yritysten operatiiviseen toimintaan, ja Suomessa yhteiskuntavastuun toteuttaminen ja siitä raportointi on yleistynyt voimakkaasti viime vuosina (Jussila 2010, 7; PwC 2015, 2–3). Kari Neilimon (2004, 129–130) mukaan osakkeenomistajien lisäksi yritykset ovat alkaneet huomioida muita sidosryhmiä.

### **3.2. Yhteiskuntavastuun käsite ja motiivit**

Euroopan komission (2015) määritelmän mukaan yhteiskuntavastuu tarkoittaa sitä, että yritykset ottavat huomioon toimintansa yhteiskunnalliset vaikutukset. Yhteiskuntavastuun käsitettä kuitenkin käytetään paljon erilaisissa yhteyksissä ja erilaisissa merkityksissä. Käsite on ollut olemassa jo yli puoli vuosisataa, mutta sille ei ole vielä kukaan olemassa yhtä, yksimielisesti hyväksyttyä määritelmää (Carroll 2008, 19–20; Jackson 2010, 52; Matten & Moon 2008, 405; Crane, McWilliams ym. 2008, 4; Sahlin-Andersson 2006, 595).

Kaiken kaikkiaan käsitteessä on kuitenkin kyse siitä, että yritysten odotetaan kantavan vastuuta muustakin kuin niiden taloudellisesta tuloksesta (Freeman ym. 2010, 235; Sadler 2004, 852). Carrollin (1979, 499–500; ks. myös 1991, 40–43) klassinen yhteiskuntavastuun määritelmä on neliosainen pyramidi, jossa yritysten yhteiskuntavastuu jaetaan neljään osaa tärkeimmästä ja keskeisimmästä alkaen: taloudelliseen, oikeudelliseen, eettiseen ja vapaaehtoiseen vastuuseen. Tällä tarkoitetaan sitä, että yritysten tulee olla taloudellisesti kannattavia, toimia lainsäädännön mukaan, toimia eettisesti ja lisäksi halutessaan osallistua vapaaehtoiseen hyväntekeväisyyteen.



Toisaalta yritysten yhteiskuntavastuuta voidaan kuvata myös toimintatavaksi, jossa yritykset ottavat huomioon niiden ulkoisvaikutukset (Crouch 2006, 1533–1535). Ulkoisvaikutukset tarkoittavat yrityksen toiminnan vaikutuksia itse organisaation ulkopuolella. Ne voivat olla myönteisiä, esimerkiksi tutkimustoimintaan ja innovaatioihin liittyviä tai negatiivisia, kuten ympäristön saastumista (ks. esim. mt., 1534–1535; Paloheimo & Wiberg 2008, 18; Taloussanomat 2016).

Davisin (1973, 312–313) yhteiskuntavastuumääritelmään kuuluu, että yritysten täytyy tavoitella muuta kuin vain taloudellista voittoa. Hänen mukaansa yhteiskuntavastuu alkaa siitä, mihin laki loppuu. Eri linjoilla oli hänen aikalaisensa Milton Friedman. Hänen artikkeliinsa *The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits* vuodelta 1970 viitataan hyvin laajasti yhteiskuntavastuuta käsittelevässä kirjallisuudessa 2010-luvun valtavirrasta poikkeavana näkemyksenä. Friedmanin päättelyn mukaan yritysten yhteiskunnallinen tehtävä rajoittuu taloudellisen voiton tavoitteluun ja osakkeenomistajien omistusten arvon kasvattamiseen, eikä yritysten tehtäväksi hänen mukaansa voitu ainakaan 1970-luvulla katsoa esimerkiksi työpaikkojen tarjoamista tai ympäristön suojelua. Tällainen yrityskäytös voitiin Friedmanin mukaan katsoa puhtaaksi sosialismiksi, joka aliarvioi vapaata yhteiskuntaa.

Myös uudemmassa akateemisessa kirjallisuudessa todetaan, että yhteiskuntavastuun toteuttaminen voi häiritä markkinoiden tehokkuutta ja alentaa taloudellista hyvinvointia (Henderson 2001, 18; ks. myös Lindh 2015, 76). Ei olekaan itsestään selvää, että yritysten tulisi toteuttaa vastuullisuutta (Crane, McWilliams ym. 2008, 4). Toisaalta joidenkin tutkijoiden mielestä yhteiskuntavastuun käsitteen laajentuminen nimenomaan johtuu globaalin markkinatalouden voiman kasvusta, jolloin yritysten agendaan kuuluu yhä laajempi itsesääntely (ks. esim. Kettunen 2008, 91–93; Lindh 2015, 78). Suomessa yhteiskuntavastuuta on kehittänyt esimerkiksi etujärjestö Elinkeinoelämän keskusliitto 2000-luvun alussa (Jussila 2010, 8; Juutinen & Steiner 2010, 29.)

Osa tutkijoista toteaa, että yhteiskuntavastuun laaja toteuttaminen lisää riskiä yksityistää keskeiset moraaliset kysymykset ja sosiaalipolitiikan alaan kuuluvat asiat pois valtion ja demokratian kontrollin alta. Yhteiskuntavastuun käsite heijastaa myös osittain normatiivista debattia siitä, kuinka paljon markkinoita tulisi säädellä sekä sääntelyn tai sääntelemättömyyden yhteiskunnallisia seurauksia. (Lindh 2015, 76; ks. myös Shamir 2008, 1–2; Hanlon 2008, 156–170.)

Valtion sääntelyn ja yhteiskuntavastuun suhteesta kirjoitetaan yhä enemmän (Lindh 2015, 78–79). Kersstin Sahlin-Anderssonin (2006, 595) mukaan yhteiskuntavastuu on osa muutosta, jossa yritysten, valtion ja kansalaisyhteiskunnan institutionaaliset rajat ja suhteet ovat muutoksessa. Laura Albareda ym. (2006,

386–387) ovat samaa mieltä, kun he toteavat, että yhteiskuntavastuu liittyy muutokseen valtion, yksityisen sektorin ja kansalaisyhteiskunnan suhteissa. Suomen ja monien muiden länsimaiden lainsäädäntö on lähtökohtaisestikin asettanut riman korkealle useassa yhteiskuntavastuun alaan kuuluvassa asiassa, esimerkiksi ympäristövaikutuksissa, työntekijöiden asemassa ja oikeuksissa sekä verojenmaksussa (Crane & Matten 2010, 5; työ- ja elinkeinoministeriö 2017; ks. myös Sahlin-Andersson 2006, 606). Kehityksmaissa tilanne voikin olla hyvin erilainen, kun lakeja ei välttämättä ole, niiden noudattamista ei valvota ja lisäksi lakien noudattaminen ei takaa aina eettisyyttä länsimaisesta näkökulmasta (Crane & Matten 2010, 5).

Lisäksi viime aikoina EU on alkanut säädellä sitovasti yhteiskuntavastuuasioita. Tästä esimerkkinä on tilinpäätösdirektiivin muutos (2013/0110) ei-taloudellisesta eli yhteiskuntavastuun raportoinnista suurissa yrityksissä. Samaa kehitystä on jonkin verran nähtävissä myös YK:n ihmisoikeusneuvoston työryhmässä, joka on pohtinut kansainvälisoikeudellisesti sitovaa sopimusta monikansallisten yritysten yhteiskuntavastuusta ihmisoikeuksiin liittyen (YK:n ihmisoikeusneuvosto 2015). Moon ja Vogel (2008, 320) ovat sitä mieltä, että yhteiskuntavastuuta ei voida nähdä vain vastakkaisena lainsäädännölle, vaan vastuullisuus ja juridiikka täydentävät toisiaan.

Kansainvälisten organisaatioiden lisäksi Albaredan ym. (2006, 386–387) mukaan läntiset valtiot ja niiden hallitukset ovat kannustaneet yrityksiä jonkin verran itsesääntelyyn edistämällä yritysten yhteiskuntavastuuta ja yhteiskunnallista vastuunottoa. Tämä on seurausta globalisaation aiheuttamista haasteista kansallisvaltioille. Euroopan komissio on kannustanut jäsenmaiden poliittista johtoa sisällyttämään yhteiskuntavastuun julkisen sektorin toimiin ja ohjaukseen. Myös Suomessa sitä ohjataan ministeriötasolta. (Matten & Moon 2008, 416; työ- ja elinkeinoministeriö 2015a.)

Sitovan lainsäädännön ja yritysten itsesääntelyn lisäksi yhteiskuntavastuun ympärille on kehittynyt EU-lainsäädännön ja kansallisten lakien lisäksi kansainvälinen säädöskehys, joka on pääasiassa soft law -henkinen<sup>3</sup> ja perustuu sidosryhmien ja yritysten väliseen dialogiin sekä yritysten itsesääntelyyn ja-valvontaan. Tähän sisältyvät kansainvälisten organisaatioiden antamat yhteiskuntavastuuohjeistukset. Näiden ohjeistusten suhteen ei ole täysin selvää, kuinka sitovia ne ovat ja kuinka paljon niiden noudattamista voidaan odottaa. (Sahlin-Andersson 2006, 596–597; ks. myös Albareda ym. 2006, 387). Näitä ohjeistuksia ovat esimerkiksi OECD:n toimintaohjeet monikansallisille yrityksille (2011), YK:n Global Compact

---

<sup>3</sup> Soft law -käsitteellä tarkoitetaan instrumentteja, esimerkiksi ohjesääntöjä ja toimintaohjelmia, jotka eivät ole itsessään juridisesti sitovia, mutta niillä voi olla oikeudellista merkitystä (Koivurova 2017).

-aloite (2000), YK:n yrityksiä ja ihmisoikeuksia koskevat ohjaavat periaatteet (2011) sekä Kansainvälisen työjärjestön ILO:n kolmikantainen periaatejulistus (2006). OECD:n toimintaohjeet ovat edellä mainituista ainoa koodisto, johon kuuluu implementointimekanismi (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016b). Lisäksi yrityksillä on omia, yhteisiä ja teollisuusaloittaavia arvojen julistuksia (*mission and value statements*) ja toimintapolitiikkoja (*code of conducts*), jotka määrittävän yritysten ja toimialojen arvoja ja toimintatapoja organisaation sisä- ja ulkopuolella (Crane & Matten 2010, 185–201, Sadler 2004, 861–862).

Ohjeistusten ja lainsäädännön lisäksi on myös muita syitä siihen, että yritykset toimivat vastuullisesti eli ottavat huomioon toimintansa vaikutukset yhteiskuntaan. Suurella osaa yrityksistä on nykyisin erityisiä yhteiskuntavastuuhelmia ja osio niiden internetsivuilla yhteiskuntavastuusta (esim. Sahlin-Andersson 2006, 596.) Yhteiskuntavastuullinen kuva voi tuoda yritykselle erityisen tyytyväisiä asiakkaita ja parantaa brändin arvoa (Crane & Matten 2010, 51; ks. myös Sadler 2004, 852; Jackson 2010, 45).

Brändikeskeisessä maailmassa yhteiskuntavastuullisuus onkin hyvä sijoitus tulevaisuuteen, ja toisaalta brändin suojeleminen asettaa yrityksille paineita demonstroida niiden tietoisuutta sosiaalisista ja ympäristöön liittyvistä näkökohdista (Sadler 2004, 852; Sahlin-Andersson 2006, 596; Palacios 2004, 391–394). Robert Mefford (2011, 109–110) toteaa, että sitoutuminen yhteiskuntavastuullisiin käytänteisiin voi nostaa myyntiä, vähentää kuluja ja suurentaa voittoja. Nämä tekijät voivat puolestaan kasvattaa osakkeenomistajien voittoja ja pienentää taloudellisia riskejä.

Samaa ideaa on myös business case -teoriassa, jonka mukaan yhteiskuntavastuun huomioiminen johtaa liiketoiminnallisten mahdollisuuksien kasvuun ja parantaa yrityksen kilpailukykyä ja taloudellista suoriutusta. Tämä voi tuoda yritykselle lisäarvoa. (Blowfield & Murray 2014, 144–152; ks. myös Hertz 2001, 190–193; Carroll 2008, 42.) Näin ollen yhteiskuntavastuullinen käytös voi olla taloudellisesti kannattavaa varsinkin pitkällä aikavälillä. (Lindh 2015, 78; ks. myös esim. Crouch 2006, 1541–1543; Freeman 1984, 4–8.)

Toisaalta Lindhin (2015, 78–90; ks. myös Henderson 2001, 16) mukaan kansalaisista ja sitä kautta kuluttajista merkittävä osa ei välttämättä kannata yhteiskuntavastuujatkoa yritysten vastuuna, jolloin yritykset eivät välttämättä sittenkään saa etua yhteiskuntavastuukäytöksestä ja sen markkinoinnista. Kansalaisten julkisen mielipiteen olisi hyvä olla otettu huomioon, kun yritykset päättävät ryhtyä yhteiskuntavastuutoimiin.

Kansalaisten suhde yhteiskuntavastuuseen on mielenkiintoinen. Yksi yhteiskuntavastuun alakäsite onkin *yrittäjäkansalaisuus*. Kansalaisuuden käsitettä käytetään paljon yhteiskuntatieteissä, esimerkiksi puhuttaessa rooleista ja vastuista. Kansalaisuuden katsotaan toimivan organisoivana periaatteena, kun yhteiskunnassa pohditaan jäsenten välisiä suhteita ja kansalaisten ja instituutioiden välisiä suhteita. Kansalaisuus käsitteenä antaa kantajalleen oikeuksien kokonaisuuden, joka koostuu kansalaisen identiteetistä, yhteiskunnallisista oikeuksista ja velvollisuuksista sekä osallistumisesta poliittiseen prosessiin. (Delanty 2000, 4–9, 126; Palacios 2004, 383–384; Crane ym. 2008, 2–10, 53–54; ks. myös Marshall 1964.)

Yhteiskuntien kehityslinja on noudattanut aikaisemmin kehityskaavaa, jossa valtion rooli kansalaisten oikeuksien turvaamisessa on kasvanut. Samalla kirkkojen, maanomistajien ja vapaaehtoisten hyväntekeväisyysjärjestöjen rooli on pienentynyt. Valtiokohtaiset erot ovat huomattavia esimerkiksi Euroopan valtioiden ja Yhdysvaltojen sekä teollisuus- ja kehitysmaiden välillä. Eniten valtio on näkynyt hyvinvointivaltiomallissa – esimerkiksi Suomessa. Tämän hetken kehityskulku saattaa kuitenkin osoittaa suuntaan, jossa valtion rooli suhteessa kansalaisiin supistuu joissain kokonaisuuksissa ja yritysten kasvaa, myös hyvinvointivaltioissa. Yksityistämisen ja yhtiöittämisen myötä palveluita käyttävistä kansalaisista tulee asiakkaita. Yritykset vaikuttavat kansalaisiin ja yhteiskuntaan yhä useammilla tavoilla. (Crane ym. 2008, 53–55, 79–80; Matten & Moon 2008, 415; ks. myös Trägårdh 1997, 262–264.)

Erikokoisten yritysten yhteiskuntavastuussa voidaan nähdä eroja. Suuryritykset ovat monesti hyvin vaikutusvaltaisia, joten myös niiden vaikutukset voivat olla merkittäviä. Pieniin ja keskisuuriin yrityksiin saattaa kohdistua suuryrityksiä enemmän yhteisöllisyys- ja vastuullisuusvaatimuksia. Varsinkin suoramyyntialalla toimivat pk-yritykset voivat joutua ottamaan herkästi huomioon niiden ulkoisvaikutukset ympäröivään yhteisöön, sillä toisin kuin monikansallisilla yrityksillä, niillä ei luultavasti ole käytössään laajaa exit-optiota, vaan ne ovat riippuvaisia paikallisten asiakkaiden suosiosta. Tämä pätee niin negatiivisten ulkoisvaikutusten minimointiin kuin positiivisten ulkoisvaikutusten maksimointiin. Negatiivinen ulkoisvaikutus voi olla esimerkiksi jätteen synnyttäminen ja positiivinen työpaikkojen luominen. (Crouch 2006, 1536; ks. myös Jussila 2010, 30.) Eurooppalaisten pienten ja keskisuurten yritysten vastuullisuus on usein epämuodollisempaa kuin suurten yritysten, ja pk-yritysten esimiehillä on luultavasti suuryritysten esimiehiä vähemmän aikaa ja resursseja käytettävissään yhteiskuntavastuuasioihin (Matten & Moon 2008, 417; Spence 1999, 163–172).

Työ- ja elinkeinoministeriön (2016a, 34–40, 42–43) selvityksen mukaan sidosryhmien mukaan suomalaiset pörssiyritykset ovat pärjänneet parhaiten yhteiskuntavastuussa, valtio- ja kuntaomisteiset yhtiöt toiseksi parhaiten ja pk-yritykset vaatimattomimmin. Ministeriön selvityksessä pörssiyritykset menestyvät

parhaiten kaikissa muissa yhteiskuntavastuun osa-alueissa, paitsi verojen maksussa, jossa ne saivat matalimman arvosanan.

Samassa selvityksessä on vertailtu myös eri toimialojen vastuullisuutta. Parhaimman arvosanan saa vähittäis- ja tukkukauppa, toiseksi parhaan teollisuustoimiala ja kolmanneksi parhaan ICT-toimiala. Matalimman arvosanan saa infraan, rakentamiseen ja kiinteistöihin liittyvä toimiala, toiseksi matalimman finanssitoimiala ja kolmanneksi matalimman energiatoimiala. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016a, 40–41.)

### **3.3. Yhteiskuntavastuun osa-alueita**

Yhteiskuntavastuun katsotaan jakautuvan yleisesti kolmeen osaan: ympäristön huomioivaan vastuuseen, taloudelliseen vastuuseen ja sosiaaliseen vastuuseen (esim. Elkington 1999, 2). Seuraavaksi tarkastellaan, minkälaisia yritysten tuottamia vaikutuksia voidaan katsoa sisältyvän näihin kolmeen osa-alueeseen.

Ympäristöasiat muodostavat suuren osan yritysten yhteiskuntavastuusta, sillä globaali teollisuus käyttää ehtyviä luonnonvaroja ja ekosysteemejä. Ympäristöongelmien haastavuus liittyy niiden alueellisuuteen tai sen ylittämiseen, kun jotkut ongelmat ovat lokaaleja ja jotkut globaaleja. (Crane & Matten 2010, 34, 374.) Yritystoiminnan ulkoisvaikutuksena syntyy usein saasteita ja jätettä. Yhdeksi suurimmaksi ympäristöön liittyväksi ongelmaksi nähdään ilmastomuutos, jonka syntymiseen ja etenemiseen teollisuuden päästöillä on oma osansa (Blowfield & Murray 2014, 61–65). Jonkin verran kiistellään siitä, miten kestävä kehitys ja liiketoiminta, talouskasvu ja kuluttaminen voidaan sovittaa yhteen (Crane & Matten 2010, 374).

Yritykset pyrkivät liiketoiminnan, kuluttamisen ja kestävä kehityksen yhteensovittamiseen, sillä monilla yrityksillä on esimerkiksi erillisiä ympäristö- tai kestävyysraportteja sekä ympäristöohjelmia. Lisäksi on olemassa yhteiskuntavastuun ympäristöulottuvuuteen liittyviä kansainvälisiä ohjeistoja ja standardeja. (Crane ym. 2008, 149–152.) Euroopassa ja Suomessa yritysten ympäristönsuojelutoimet perustuvat pitkälti lainsäädäntöön (Matten & Moon 2008, 414; ks. myös työ- ja elinkeinoministeriö 2016c).

Toinen yhteiskuntavastuun osa-alue on taloudellinen vastuullisuus. Taloudellisen näkökulman ja osakeyhtiölain (624/2006) mukaan osakeyhtiön tehtävä on tuottaa voittoa omistajilleen. Voiton tuottamisen voidaan katsoa koskevan myös kaikkia muita yritysmuotoja, sillä yrityksen tappiollinen toiminta ei voi jatkua loputtomasti. Kapeasti katsottuna taloudellinen vastuullisuus kohdistuu lähinnä yritykseen itsensä. Tällöin yrityksen tehtäväksi muodostuu kehittää, tuottaa ja markkinoida tuotteita sekä varmistaa pitkän tähtäimen kannattavuus ja omistajien investointien tuotto. Voidaan kuitenkin pohtia, ulottuuko

yri­tysten taloudellinen vastuu moraal­in kautta muuhunkin kuin ainoastaan voiton tuottamiseen. Laajemmin katsottuna yri­tysten taloudelliseen vastuuseen voi kuulua jossain määrin myös ympäröivän yhteis­kunnan taloudellinen tilanne. Näin ollen taloudelliseen kestä­vyyteen voitaisiin katsoa sisältyvän verojen maksaminen ja talouskasvun luominen. (Crane & Matten 2010, 35, 46; ks. myös Crouch 2006, 1547; Sahlin-Andersson 2006, 596–597.)

Friedmanin (1970, 2–4) mukaan yri­tysten yhteiskuntavastuu rajoittuu yri­tyksessä voitontavoitteluun ja sitä kautta verojen maksuun. Hänen näkemyksensä mukaan valtio huolehtii yhteiskuntavastuun alle katso­tavista asiakokonaisuuksista lainsäädännöllä. Nykyisin verojen maksu ei ole välttämättä itsestään selvää, koska aggressiivisen verosuunnittelun voidaan katsoa olevan yleistä monille yri­tyksille, myös suomalaisille (Kalliola 2015, 73). Jotkut yri­tykset raportoivat yhteiskuntavastuuseen liittyen niiden maksamista veroista (esim. PwC 2015, 14). Crane ja Matten (2010, 35) toteavat, että jos yri­tykset välttelevät verojen maksua, ne kuluttavat oman menestyksensä institutionaalista pohjaa. Väite perustuu siihen, että verokertymä vaikuttaa pitkällä tähtäimellä esimerkiksi koulu­ihin ja oikeuslaitokseen, joita yri­tyks, sen johtajat, työntekijät ja asiakkaat saattavat tarvita jossain elämänsä vaiheessa.

Taloudelliseen vastuuseen voidaan verotuksen ja talouskasvun lisäksi nähdä kuuluvaksi myös rehellinen peli, johon eivät kuulu lahjonta ja korruptio. Suomessa korruptio ei välttämättä ole kansainvälisessä mitakaavassa suuri ongelma, koska Transparency International -järjestön (2014) mukaan Suomi on maailman kolmanneksi vähiten korruptoitunut maa. Lisäksi yhdeksi suomalaisyri­tysten yhteiskuntavastuun vahvuudeksi on nähty korruption ja lahjonnan torjunta (työ- ja elinkeinoministeriö 2016a, 42). Toisaalta OECD on moittinut Suomea siitä, etteivät Suomen korruptionvastaiset järjestelmät ole ajan tasalla, ja vaikka Suomessa ei esiintyisi paljon virkamiesten lahjontaa, epäeettiset käytännöt ja rakenteellinen korruptio paikallistasolla ovat Suomessa esiintyviä korruption muotoja (Helsingin Sanomat 8.8.2016).

Kolmantena ulottuvuutena on yri­tysten sosiaalinen vastuu. Tähän voidaan katsoa kuuluvan ympäröivän yhteisön huomioon ottaminen ja mahdollisesti taloudellinen ja materiaallinen tukeminen, joka on ollut yri­tyksille yleisempää Yhdysvalloissa kuin Euroopassa (Matten & Moon 2008, 404; Jussila 2010, 119–121; Brammer & Pavelin 2005, 15–24).

Sosiaaliseen ulottuvuuteen voidaan katsoa kuuluvan myös työntekijöiden reilu kohtelu. Siihen kuuluvat esimerkiksi työaika- ja olot sekä työntekijöiden osaamisen kehittämien ja kouluttaminen. Työntekijät kuuluvat yhteiskuntavastuun sekä yhteiskunnalliseen että taloudelliseen ulottuvuuteen, onhan työpaikkojen luonti ja tarjoaminen sekä työntekijöiden palkkauksen kautta tuleva ostovoima talouteen hyvin voimakkaasti vaikuttavia tekijöitä. (Crane & Matten 2010, 34–36; Jussila 2010, 98; Matten & Moon

2008, 412; ks. myös esim. YK Global Compact 2000.) Globalisoituneen talouskilpailun myötä yksi suomalaisen työllisyyteen liittyvä trendi on viime aikoina ollut työntekijöiden irtisanominen, ja joissain tapauksissa tähän liittyen tuotannon siirtäminen halvemman työvoiman maihin (ks. esim. Kettunen 2008, 122, 168; Scholte 2005, 296–300, 313; Helsingin Sanomat 8.12.2015; Talouselämä 12.10.2015)..

Suomessa ja muualla Euroopassa työntekijöiden työskentelyolosuhteet ja muut oikeudet eivät ole näkyneet kovin paljon yritysten kotimaan yhteiskuntavastuutoiminnassa, sillä ne ovat pitkälti sidottu lainsäädäntöön ja työehtosopimukseen. (Matten & Moon 2008, 413–418; Jussila 2010, 99–100). Työ- ja elinkeinoministeriön (2016, 29–31, 42, 47) selvityksen mukaan suomalaiset yritykset suoriutuvat kohtuullisen hyvin työntekijöiden oikeuksien kunnioittamisessa niiden omassa toiminnassa ja toimitusketjuissa

Yritykset tuottavat tuotteita ja palveluita. Tuotteiden ja palveluiden vastuullisuus on perinteisesti katsottu osaksi sosiaalista vastuuta, mutta nykyisin tuotevastuu mielletään osittain omaksi kokonaisuudekseen. Tähän kuuluvat tuotteiden turvallisuus ja laatu. (Jussila 2010, 112–113.)

Jo käsitellyn yritysten yleisen talouspainotteisen vaikutusvallan kasvun lisäksi yrityksillä on jonkinlaista vaikutusta myös demokraattiseen poliittiseen prosessiin ja hallituksen politiikkaan, mutta debattia käydään tämän vaikutuksen voimakkuudesta. Usein demokraattinen poliittinen prosessi on liian monimutkainen, jotta voitaisiin suoraan sanoa, mikä on yritysten vaikutus poliittisiin toimijoihin ja onko jonkin päätös ollut yritysten vaikutusten alainen. Yritysten selkeä keino vaikuttaa edustukselliseen prosessiin on lobbaus, jolla tarkoitetaan epävirallista vaikuttamista demokraattisiin päättäjiin. Sitä voi harjoittaa joko yksittäinen yritys tai kokonainen teollisuudenala yhdistysten kautta. Lobbaus on jo pitkään kuulunut keskeisesti yhdysvaltalaiseen poliittiseen kulttuuriin, mutta nykyisin sillä vaikutetaan myös voimakkaasti Euroopassa. Lobbauksen suhteen tulee kuitenkin huomata, että tätä vaikuttamiskeinoa käyttävät muutkin toimijat kuin yritykset, esimerkiksi etu- ja kansalaisjärjestöt. Lisäksi julkiseen valtaan voi vaikuttaa henkilökunnan, johtajien ja päättäjien liikkuvuus yritysten ja julkisen sektorin välillä. Myös tämän käytännön juuret ovat Yhdysvalloissa, mutta viime aikoina sitä on alettu tehdä myös Euroopassa ja Suomessa. (Crane ym. 2008, 76–78; ks. myös Ruostetsaari 2014, 223–224.)

## 4. YRITYKSET JA SIDOSRYHMÄT

### 4.1. Sidosryhmien käsite ja merkitys

Yhteiskuntavastuuajatteluun kuuluvat keskeisesti sidosryhmät. Edward Freemanin (1984, 25, 55) klassisen määritelmän mukaan sidosryhmät ovat yksilöitä tai ryhmiä, jotka vaikuttavat yrityksiin tai ovat yrityksen toimintojen vaikutusten kohteena. Max B. E. Clarkson (1995, 106–107) jakaa sidosryhmät ensi- ja toissijaisiin sidosryhmiin. Ensisijaiset sidosryhmät ovat niitä toimijoita, joita ilman yritys ei voi selvitä. Toissijaiset puolestaan ovat niitä tahoja, jotka vaikuttavat yrityksen toimintaan tai joihin yrityksen toiminta vaikuttaa, mutta joita ilman yritys voi selvitä. Ensisijaisiin sidosryhmiin katsotaan kuuluvaksi sijoittajat, työntekijät, asiakkaat, tavaroiden ja palveluiden toimittajat sekä toimintavaltio- ja yhteisö. Toissijaisia sidosryhmiä ovat media ja erityistä intressiä edustavat ryhmät, esimerkiksi erilaiset kansalaisjärjestöt. Lisäksi Cranen ym. (2008, 162–163) mukaan voidaan pohtia, onko esimerkiksi ympäristö yritysten sidosryhmä. Ympäristö ei voi ilmaista mielipidettään, mutta se vaikuttaa yrityksiin ja yritykset siihen.

Monien tutkijoiden mielestä yhteiskuntavastuun käsite voidaan operationalisoida ja tarkentaa parhaiten sidosryhmäajattelun avulla (Freeman ym. 2010, 242). Toisin sanoen sidosryhmävuorovaikutus muodostaa yhteiskuntavastuun ytimen (Jussila 2010, 125). Vaikka yhteiskuntavastuudiskurssin teemat ovat laajoja, ne realisoituvat usein nimenomaan sidosryhmä- ja osallisuussuhteiden kautta (Anttiroiko 2004, 37). Lisäksi yhteiskuntavastuuta on kuvattu dynamiikaltaan sellaiseksi, että yritykset vastaavat sidosryhmien vaatimuksiin (Sahlin-Andresson 2006, 596–606). Kevin Jackson (2010, 69) erottelee, että yritysten yhteiskuntavastuu ei niiden itsesääntelyä, vaan yhteiskunnan ja sidosryhmien odotuksiin perustuvaa toimintaa.

Sidosryhmäajattelu liittyy myös liiketoiminnan legitimizeettiin. Yritykset ja niiden johtajat tarvitsevat jonkinasteisen oikeutuksen sidosryhmiltään, koska yritysten tulee ymmärtää vähintään kuluttajien asenteita. (Kettunen 2008, 205–206; ks. myös Crane ja Matten 2010, 110–115; Jackson 2010, 62; Smith 1990, 52.) Karpin (2004, 181) mukaan yhteiskuntavastuu liittyy kiinteästi siihen, millaisia vastuita yrityksillä tulisi olla suomalaisille tai muulle territoriaaliselle yhteisölle, jossa ne toimivat. Sidosryhmien huomioinnottaminen voi olla hyödyllistä yritykselle, sillä Freeman (1984, 52) toteaa, että organisaatio voi menestyä paremmin, kun se ottaa sidosryhmät huomioon. Tämä on loogista, koska tyytyväiset asiakkaat, työntekijät ja sijoittajat ovat luonnollisesti myönteisempiä yrityksen kannalta kuin sellaiset, jotka ovat eri mieltä yrityksen toimintatavoista ja lopettavat yhteistyön.



Sidosryhmät voidaan nähdä myös teoreettisesti kansalaisiin verrattavina kokonaisuuksina, jotka voivat ikään kuin demokraattisesti käyttää valtaa yrityksiin nähden. Tällöin yritykset nähdä organisaatioina, jotka määrittävät sidosryhmien mahdollisuudet osallistua päätöstentekoprosessiin, jonka pohjalta yritys toimii. Sidosryhmillä on erilaisia tapoja vaikuttaa yrityksiin. Esimerkiksi kuluttajien voidaan katsoa vaikuttavan yrityksiin individualistisesti ostopäätöksillään ja esimerkiksi kansalaisjärjestöjen ja ammattiliittojen vaikuttavan kollektiivisilla toimilla. (Crane ym. 2008, 10, 88–95.)

Kansalaisten sidosryhmäsuhteet voivat myös olla moninaisia ja vaihtelevia, kun esimerkiksi yhden yrityksen työntekijä voi olla toisen yhtiön osakkeenomistaja. (Mt., 119–122; ks. myös Crouch 2006, 1547–1548.) Freeman (1984, 58) esittää saman asian toteamalla, että sidosryhmillä voi olla päällekkäin monia rooleja, mikä voi aiheuttaa myös konfliktiristiriitoja.

Valtio voidaan nähdä yrityksen sidosryhmänä kahdesta näkökulmasta: kansalaisten intressien edustajana tai omien intressiensä edustajana (Crane & Matten 2010, 495). Anttiroikon (2004, 37–45) mukaan valtiolla ja julkisyhteisöillä on sidosryhmänä erityisasema, koska ne ovat poliittisessa vastuussa sääntelystä, ja lisäksi niillä on hallinnollisista sääntely-, ohjaus- ja kontrollitehtäviä.

Seuraavassa alaluvussa eritellään, miten muut sidosryhmät kuin valtio voivat vaikuttaa yrityksiin ja miten yritykset vaikuttavat niihin. Valtioiden ja yritysten suhdetta ollaan käsitelty jo aiemmin tutkielmassa. Ennen varsinaisia sidosryhmiä eritellään vielä lyhyesti yritysjohtajia, joita ei yleensä (ks. esim. Freeman 1984) katsota varsinaiseksi yrityksen sidosryhmäksi, mutta on mielekäästä käydä läpi, miten he voivat osaltaan vaikuttaa yritykseen ja miten muut sidosryhmät vaikuttavat heihin.

## **4.2. Yritysjohtajat, yritysten sidosryhmät ja niiden vaikutuskeinot**

Yrityksen puolelta yrityksen yhteiskuntavastuun toteuttamiseen ja muutenkin yritystoiminnan organisointiin osallistuvat suurelta osin yritysjohtajat. He johtavat yrityksen toimintaa ja tekevät jokapäiväisiä päätöksiä toimintatavoista. Mattenin ja Moonin (2008, 415–417; ks. myös Preuss ym. 2006, 256–258) mukaan yritysten laajempaan vapaaehtoisuuteen perustuva yhteiskuntavastuu on yleistynyt Euroopassa nimenomaan yritysjohtajien painotuksissa.

Lainsäädännöstä suoraan tuleva yritysjohtajan tehtävä osakeyhtiössä on edustaa omistajien etua ja toimia sen mukaan (L 624/2006). Taloustieteessä on esitetty malli, jossa osakkeenomistajat nähdään päämiehinä ja yrityksen johto agentteina, jotka käyttäytyvät sen mukaan, miten saavat parhaiten suojeltua päämiehen omaisuutta (Friedman 1970, 1–2; Crane ym. 2008, 100). Jeanne Logsdonin ja Donna Woodin (2002,

156–157) mukaan yritykset ja näin ollen myös yritysjohtajat voivat identifioida itsensä myös muiden sidosryhmien kuin osakkeenomistajien agenteiksi ja luoda omat toimintapolitiikkansa sen mukaisiksi.

Friedmanin (1970, 1–3) mukaan yritysjohtajat voivat yksityiselämänsä puolella kantaa vapaaehtoisesti vastuuta ympäröivistä yhteisöistä esimerkiksi perheestään ja maastaan. Työssään johtajien velvollisuus on ajatella ainoastaan yritysten omistajien sijoittamaa pääomaa. Jos yritysjohtajaa velvoitetaan toimimaan vastoin vastuullisuusnäkömystään, vaihtoehtona on irtisanoutua yrityksen palveluksesta.

Toisenlaisia mielipiteitä on kuitenkin uudemmassa akateemisessa kirjallisuudessa. Vastuullisuus on nykyajan tärkeä johtamistrendi, jonka katsotaan houkuttelevan potentiaalisia työntekijöitä, yhteistyökumppaneita ja asiakkaita (Sahlin-Andresson 2006, 603). Blowfield ja Murray (2014, 144–147) korostavat nykyjohtajien jokapäiväistä vastuullisuustoimintaa ja siihen liittyvää päätöksentekoa. Heidän mukaansa yritysten yhteiskuntavastuuta motivoidaan esimerkiksi sillä, että yrityksen yhteiskuntavastuun toteuttaminen yrityksen johtamisessa voi johtaa liiketoimintamahdollisuuksien kasvuun.

Konsulttiyhtiö PwC:n yritys vastuubarometri (2015, 8–9) toteaa suomalaisten yritysten kehittyneen siinä, miten yritysjohto hoitaa yhteiskuntavastuuseen liittyviä asioita. Tutkituista suomalaisyrityksistä vähän vajaa puolet on määritellyt niiden yhteiskuntavastuuasioiden olennaisen sisällön ja asettanut tavoitteita. Toisaalta työ- ja elinkeinoministeriön (2016a, 15, 42) selvityksen mukaan Suomessa yritysten sidosryhmien mielestä yksi yhteiskuntavastuun haaste on heikko johtaminen.

Friedman (1970, 1) korosti, että yrityksen johtajat ovat vastuussa vain sijoittajille ja omistajille, joiden eduksi johtajat työskentelevät. Osakkeenomistajat ja sijoittajat ovatkin yritykselle tärkeimpiä sidosryhmiä (esim. PwC 2015, 7). Osakkeenomistajat käyttävät yhtiökokouksissa äänivaltaa osakeomistusten mukaisessa suhteessa (L 624/2006). Tässä yhteydessä tulee tosin muistaa, että yksittäisen osakkeenomistajan valta on yleensä pientä, ellei kyseessä ole suuromistaja. Muissa kuin suuromistajien tapauksessa osakkeenomistajien tärkeimpiä vaikutusväyliä on osakkeiden myynti. (Crane ym., 100–101.)

Myös vastuullisesta sijoittamisesta puhutaan. Vastuullisen sijoittamisen tavoitteena on maksimoida omistusten taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristöön liittyvä hyöty pitkällä aikavälillä. Keinoja tähän ovat esimerkiksi positiivinen ja negatiivinen seulonta. Positiivisella seulonnalla tarkoitetaan, että sijoituskohteet valitaan sen mukaan, kuinka vastuullisesti yritykset toimivat yhteiskuntaa kohtaan. Negatiivisella seulonnalla puolestaan rajataan sijoituskohteiden joukosta pois ne yritykset ja teollisuudenalat, jotka eivät toimi vastuullisesti esimerkiksi työolojen tai ympäristötoimien suhteen. Positiivisella seulonnalla puolestaan omistussalkkuun pyritään valitsemaan nimenomaan vastuullisesti toimivia yrityksiä ja

toimialoja. (Blowfield & Murray 2014, 226–233; ks. myös PwC 2015, 7; Matten & Moon 2008, 412.) Toisaalta on esitetty myös näkemyksiä, että aito yhteiskuntavastuuajattelu vaatii vain sijoittajien ja osakkeenomistajien edusta irrottautumista (Freeman ym. 2010, 242).

Osakkeenomistajien ja sijoittajien ohella asiakkaat nähdään yritysten yhtenä tärkeimpänä sidosryhmänä, koska yritysten toiminta perustuu tuotteiden ja palveluiden myymiseen heille. Jos asiakkaat eivät pidä yrityksen toiminnasta, he voivat äänestää kukkarollaan (Crane et al 2008, 111–112; ks. myös Hirschman 1970, 4; Persky 1993; Jussila 2010, 28–29).

Asiakkaita ja kuluttajia on kutsuttu ”taloudellisiksi äänestäjiksi”, jotka päätöksillään vaikuttavat yrityksen johtoon (Dickinson & Carsky 2005, 25–26; Smith 1990, 6, 95–96; ks. myös Gist 1971, 33). Yleisesti ottaen ostamisen määrittää usein hinta ja laatu, mutta joskus myös eettisyys ja poliittisuus, joilla tarkoitetaan ympäröivään yhteiskuntaan kohdistuvia vaikutuksia, esimerkiksi työvoimaolosuhteita tai ympäristövaikutuksia. Tällöin asiakkaat eivät ota välttämättä huomioon vain itse tuotetta ja sen hintaa vaan myös muita yritykseen tai tuotteeseen liittyviä seikkoja. (Crouch 2006, 1544; Smith 1990, 293.) Myös yksityistämiskehitys on vaikuttanut kuluttamiseen. Kansalaisuuden alaan perinteisesti kuuluneita oikeuksia, kuten terveydenhuollon toteutus siirretään yksityisille yrityksille, jolloin kansalaisista tulee asiakkaita (Crane ym. 2008, 111–113).

Michele Micheletti ja Dietlind Stolle, ovat kirjoittaneet paljon *poliittisesta konsumerismista* eli poliittisista kuluttajavalinnoista. Artikkelissaan vuodelta 2008 he pohtivat, että kuluttajat ovat painostaneet monikansallisia suuryrityksiä ottamaan yhä enemmän vastuuta niiden yhteiskunnallisista vaikutuksista. Micheletti (2003, 37–51; ks. myös esim. Smith 1990, 134–135, 294) on erottanut poliittisten kuluttajien kaksi voimakeinoa: boikotit (*boycotts*) ja poliittisesti motivoituneet ostot (*buycotts*).

Poliittisen kuluttamisen aktiivisuuteen voivat vaikuttaa sosiodemografiset tekijät. Maailmanlaajuisesti naiset tekevät enemmän poliittisia kulutusvalintoja, mutta Pohjoismaissa miehet ja naiset ovat tasaväkisempiä kuin muualla. Ikäryhmistä vanhimmat ikäryhmät ovat tutkimuksen mukaan kaikista epäaktiivisimpia. Kolmantena merkittävänä tekijä on koulutus ja työntekeä: korkeasti koulutetut ja työssäkäyvät ovat aktiivisempia poliittisessa kuluttamisessa kuin kouluttamattomat ja työelämän ulkopuolella olevat henkilöt. Myös asuinpaikka vaikuttaa: kaupunkilaiset tekevät maaseudulla asuvia enemmän poliittisia kulutusvalintoja. Poliitikasta enemmän kiinnostuneet tekevät tutkimuksen mukaan enemmän poliittisia kulutusvalintoja kuin ei kiinnostuneet. (Stolle ja Micheletti 2013, 68–76.)

Aiemmin kansalainen rinnastettiin ensisijaisesti työntekijäksi, mutta nykyisin kansalainen rinnastetaan kuluttajaksi (Delanty 2000, 127). Norena Hertz (2001, 190–193) on pohtinut, että ihmisillä saattaa olla kuluttajina enemmän vaikutusvaltaa kuin äänestäjinä. Hän perustaa väitteensä siihen, että yritykset vastaavat kuluttajien toiveisiin herkemmin kuin poliittiset elimet. Esimerkiksi Nike ja Reebok reagoivat jalkapallojen valmistuksen lapsityövoimaa käyttäneiden tehtaiden suhteen toisin kuin valtiot, joissa tehtaat sijaitsivat. Yritysten on Hertzin (ks. myös Jackson 2010, 45–47, 105; Sadler 2004, 866) mukaan pakko kuunnella asiakkaitaan, sillä brändin arvo ja julkisuuskuvat ovat hyvin arvokkaita.

Yksittäisen kuluttajan ostopäätösten vaikutukset ovat kuitenkin rajallisia. Hirvilammin, Laakson ja Lettenmeierin (2014, 84–89) mukaan suomalaista yhteiskuntaa ei voida luultavasti saada ekologisesti kestävälle tasolle vain yksilöllisiä kulutustottumuksia muuttamalla, vaan kestävä taso edellyttäisi suurempia institutionaalisia muutoksia. Lisäksi poliittisen konsumerismin tehokkuudesta on todettu, että se on tapauskohtaista, ja kausaliiteettia kuluttajien kulutusvalintojen pohjalla olevien pyrkimysten ja yritysten suorittamiin toimien välillä on vaikea todeta (Stolle & Micheletti 2013, 242–243).

Aleix Calverasin, Juan-José Ganuzan ja Gerad Llobbetin (2007, 719) mukaan yritykset reagoivat poliittisten kuluttajien ostovalintoihin tarjoamalla vastuullisia tuotteita. He antavat kuitenkin ymmärtää, että yhteiskunnallisten kokonaisulkoisvaikutusten vuoksi voisi olla tehokkaampaa vaikuttaa parlamentaariin prosessiin eikä suoraan yrityksiin. Tämä perustuu siihen, että poliittisen kuluttamisen seurauksena yritykset saattavat tarjota yhteiskuntavastuullisia tuotteita, mutta muut kuin poliittiset kuluttajat ostavat tuotteensa silti lähinnä hinnan mukaan. Lainsäädännön kautta toteutettuna yhteiskuntavastuuseen liittyvät normit puolestaan koskevat kaikkia tuotteita.

Kuluttaminen katsotaan yleensä individualistiseksi toiminnaksi, mutta joitakin yrityksiä muodostaa kuluttajista kollektiivisia kokonaisuuksia on tehty, esimerkiksi kuluttajayhdistyksiä (Crane ym. 2008, 112–113). Kuluttajayhdistykset ovat yksi esimerkki kansalaisjärjestöistä. Globalisaatio on tehnyt kansalaisjärjestöistä merkittäviä globaaleja toimijoita, ja on syntynyt globaali kansalaisyhteiskunta, joka valvoo monikansallisia yrityksiä (Jackson 2010, 43 ks. myös Delanty 2000, 130; Sadler 2004, 865–866; Palacios 2004, 387–388).

Monet järjestöt ovat viime aikoina kohdistaneet huomiotaan enemmän yrityksiin ja vähemmän valtion politiikkaan. Kansalaisjärjestöjen voidaan katsoa toimivan yritysten sidosryhminä jäsentensä ja joissain tapauksissa myös laajemman kansalaisjoukon intressien edustajina. Joidenkin arvioiden mukaan kansalaisjärjestöjen ja erityistä intressiä edustavien ryhmien suhde yrityksiin voi olla sidosryhmistä vähiten merkittävä. (Crane ym., 116–117; ks. Jackson 2010, 43–44, 68). Ne ovat Clarksonin jaottelun (1995,

107) mukaan toissijainen sidosryhmä, koska yritykset voivat selvitä ilman niitä. Monilla muilla sidosryhmillä voidaan katsoa olevan suurempi suhde yrityksiin kansalaisjärjestöihin verrattuna.

Toisaalta kansalaisjärjestöjen legitimitetin yrityksiin vaikuttamisessa voidaan katsoa syntyvän juuri siitä, että ne usein edustavat myös niitä tahoja, jotka muuten jäisivät yrityksiltä huomioimatta. Näitä tahoja voivat olla muun muassa vähemmistöt ja luonto. Lisäksi kansalaisjärjestöjen motiivit tulevat luultavasti enemmän arvoista, kun taas monen muun sidosryhmän motiivit perustuvat enemmän taloudellisiin lähtökohtiin. Erona muihin sidosryhmiin nähdään se, että kansalaisjärjestöillä ei ole institutionaalista asemaa tai mekanismia vaikuttaa yrityksiin. Kansalaisjärjestöjen pääkeinona vaikuttamisessa ovat olleet boikottikampanjat ja muu suora toiminta. (Crane ym. 2008, 117–118.) Kansalaisjärjestöt saattavat olla kuitenkin menossa jossakin määrin institutionaaliseen suuntaan, koska viime aikoina sidosryhmäyhteistyötä on ollut yritysten ja kansalaisjärjestöjen välillä (Palacios 2004, 395–397; Jackson 2010, 46; Zadek 2001).

Suomalainen esimerkki on kesältä 2015, jolloin kansalaisjärjestöt, päivittäistavarakaupan yritykset ja viranomaiset laativat yhteisen näkemyksen YK:n yrityksiä ja ihmisoikeuksia koskevien ohjaavien periaatteiden toteuttamisesta päivittäistavarakaupan hankintaketjuissa (työ- ja elinkeinoministeriö 2015b). Yhteistyötäkin voidaan kritisoida. David Sadler (2004, 852) kritisoi yritysten ja järjestöjen yhteiskuntavastuuyhteistyötä epädemokraattiseksi. Yhteistyön tuloksia ei ole hänen mielestään pystytty aukottomasti todentamaan. Lisäksi kansainvälinen kansalaisjärjestöjen verkosto on hajanainen ja moniarvoinen, kun syvällisempien vaikutusten läpivienti saattaisi vaatia koordinoitumpaa ja yhtenäisempää kansalaisjärjestöjen globaalia verkostoa (Palacios 2004, 396; ks. myös Scholte 2005, 380).

Suomalaisessa yhteiskunnassa järjestökentän luultavasti yksi merkittävin toimija on palkansaajaliike. Työntekijät ovat yritysten sidosryhmä, joka on konkreettisesti osa yritystä ja lähtökohtaisesti mukana yrityksen toiminnassa jokapäiväisesti, toisin kuin vaikkapa asiakkaat. Työntekijöiden perustavanlaatuisen oikeus länsimaissa on ollut yhdistymisvapaus. Yhdistyminen onkin ollut keino ilmaista työnantajalle työntekijöiden kollektiivinen mielipide. Yhdistymisvapaus on turvattu esimerkiksi YK:n ihmisoikeuksien julistuksessa sekä myös erilaisissa yhteiskuntavastuuohjeistuksissa, kuten OECD:n toimintaohjeissa (2011). Kaikkialla maailmassa yhdistymisvapautta ei aina käytännössä noudateta. (Crane ym. 2008, 106–109.)

Ammattiliitot perustuvat työoikeudelliselle 1800- ja 1900-luvuilla kehittyneelle lähtökohdalle, jossa työntekijä nähdään työnantajaa heikompana ja suojelua tarvitsevana osapuolena. Työntekijää on pyritty

suojamaan työehtosopimuksilla. Pohjoismaissa työnteko on tarkoittanut perinteisesti palkkatyön tekemistä. Palkkatyö on peilautunut kansalaisvelvollisuudeksi ja taannut oikeuksia. Tähän liittyen Suomessa ja muissa Pohjoismaissa on esiintynyt ”ammattiyhdistyskansalaisuutta”, millä tarkoitetaan, että liittojäsenyys on ollut yleistä ja institutionalisoitunutta. Palkkatyö- ja ammattiliittojäsenyyssnormeihin on sisällynyt kaksi rakenne-elementtiä, jotka vahvistavat palkkatyön normia, mutta eivät välttämättä vastaa ajatusta kansalaisuuteen sisältyvistä tasavertaisista oikeuksista. Näillä tarkoitetaan työsuorituksesta ja ansiosta riippuvia sosiaalisia etuuksia, esimerkiksi ansiosidonnaista työttömyyskorvausta ja toisaalta monien työelämän kokonaisuuksien sääntelyä vapaaehtoiseen jäsenyyteen perustuvien etujärjestöjen sopimuksilla eikä demokraattisesti tuotetulla lainsäädännöllä. (Kettunen 2008, 159–161, 188–190; vrt. Preuss ym. 2006; Crane ym. 2008, 136–138.)

Friedman (1970, 4) totesi, että ammattiliitot käyttivät yhteiskuntavastuuta hänen aikanaan väärin, kun edustamalla jäsentensä erityistä etua liitot eivät voineet ajatella koko kansan kollektiivista etua. Samaa ajattelua on saattanut esiintyä Suomessa. Kettusen (2008, 92, 188–191) mukaan yritykset ovat alkaneet näyttäytyä kilpailukykyvaltiota auttavina yleisen edun edustajina, kun taas ammattiliitot näyttäytyvät saavutettuja etuja vaalivina erityisedun vaatijoina. Perinteisesti Pohjoismaissa ollut keskeistä, että sekä työnantaja- että työntekijäosapuoli ovat tunnustaneet etujensa olevan erityisetuja, ja yleinen etu saatetaan saavuttaa näiden osapuolten keskinäisellä kompromissilla. Globalisaation tuomia muutoksia ovat yritysten moni- ja ylikansallistuminen, epätyypilliset työsuhteet, palkkatyön ja yrittäjyyden rajan liudentuminen sekä pääoman ja työntekijöiden välisen epäsymmetrian kasvu rahapääoman yhä nopeamman liikkuvuuden myötä. Nämä muutokset ovat Kettusen mukaan johtaneet siihen, että ammattiliittojen asema on heikentynyt.

Lutz Preussin ym. (2006, 256) mukaan yritysten yhteiskuntavastuutoimintaa saatetaan pitää ammattiliitoissa uhkaavana, sillä se saattaa siirtää enemmän valtaa yritysten johtajille yhteiskunnallisissa vaikutuksissa. He kuitenkin toteavat, että mielenkiintoisesti monessa perinteisesti korporatiivisessa valtiossa ammattiliitot ovat identifioineet itsensä yhteiskuntavastuun toteuttamisen moottoreiksi. Suomalaiset palkansaajien keskusjärjestöt Suomen ammattiliittojen keskusjärjestö SAK, toimihenkilöiden STTK ja korkeasti koulutettujen Akava pitävät lausunnossaan Euroopan komissiolle (2.6.2014) yritysten yhteiskuntavastuuta ja sen kehittämistä tärkeänä. Järjestöt kuitenkin toivovat sitovaa lainsäädäntöä yhteiskuntavastuun alle kuuluvista kokonaisuuksista sekä EU:n että kansallisella tasolla.

## 5. KANSALAISTEN NÄKEMYKSIIN VAIKUTTAVIA TEKIJÖITÄ

Lindh (2015, 75–79, 90) toteaa, että tutkimus kansalaisten suhtautumisesta yritysten yhteiskuntavastuuseen on jäänyt suhteellisen vähälle. Hän on tutkinut ruotsalaisten suhtautumista yritysten yhteiskuntavastuuseen ja sitä, minkä pitäisi kansalaisten mielestä olla valtiojohtoisuuden, valtion interventioden sekä yritysten yhteiskuntavastuun suhde. Lindhin mukaan ei voida aukottomasti olettaa, että kansalaiset suhtautuisivat myönteisesti yhteiskuntavastuuseen.

Suurin osa ruotsalaisista ajattelee, että yrityksillä on yhteiskunnallisia velvollisuuksia niiden taloudellisen voitontavoittelun lisäksi. Toisena keskeisenä tuloksena on myös, etteivät ruotsalaiset yleisesti näe ristiriita yritysten yhteiskuntavastuun ja hyvinvointivaltion välillä. (Mt., 86–88.)

Lindh (mt., 76) kuitenkin korostaa, että kansalaisten mielipiteiden tutkimisessa keskeisiä ovat kansalaisten keskinäiset erot. Kansa ei ole yhtenäinen kokonaisuus, jolla olisi kollektiivinen mielipide. Hänen mukaansa aiempaa tutkimusta kansalaisten mielipiteistä varjostaa heidän niputtamisensa yhteen tai yksittäisten ryhmien, kuten yritysjohtajien tai opiskelijoiden tutkiminen. Kansalaisia ei ole aiemmissa tutkimuksissa juurikaan tarkasteltu sen mukaan, mikä on heidän suhteensa yritysmaailmaan. Myös Jussila (2010, 127) ehdottaa, että kansalaisten mielipidettä yhteiskuntavastuusta tutkittaessa tulisi ottaa huomioon erilaiset demografiset ryhmät, kuten nuoret, aikuiset, eläkeläiset ja eri alueilla asuvat. Delanty (2000, 13) huomauttaa, että jopa kansalaisuuden käsitettä käytettäessä tulisi huomioida aina ihmisryhmien väliset erot. Matten ja Moon (2008, 420) toivovat tulevalta tutkimukselta sen selvittämistä, miten yhteiskuntavastuun toteuttaminen heijastelee reiluutta, sosiaalista inklusiota, yhtäläisiä mahdollisuuksia ja miten nämä arvot painottuvat suhteessa innovaatioihin, erilaisiin taustoihin ja valintoihin.

Kollektiivisuutta on korostettu yleisesti ottaen Suomessakin jonkin verran. Perinteisesti suomalaisten on katsottu muodostavan melko kiinteän yhteiskunnan. Toisaalta konsensuspainotteisten aikojen välillä Suomenkin poliittiseen historiaan on mahtunut kansalaisten välisiä ristiriitoja, äärimmäisimpänä esimerkkinä sisällisota. Lisäksi työelämän ristiriidat ovat nousseet suomalaisten keskuudessa kiivaaseen keskusteluun useampaan kertaan. (Kettunen 2008, 51–64.) Kaiken kaikkiaan suomalaisten keskuudessa jakolinjat eivät kuitenkaan ole yhtä syviä kuin monissa muissa yhteiskunnissa (Kaihovaara 2015, 8). Lisäksi Suomessa luotetaan instituutioihin Euroopan mittakaavassa laajasti. Suomalaiset ovat tanskalaisien ohella Euroopan kansoista kaikkein luottavaisempia poliittista järjestelmää, oikeusjärjestelmää ja muita ihmisiä kohtaan. (Eurostat 2015.)

Globaalin talouskilpailun voidaan kuitenkin katsoa muotoutuneen jonkinasteisesti kansalliseksi konsensukseksi, kun kansainvälistä kilpailukykyä korostetaan esimerkiksi johtavien poliitikkojen taholta kansallisena, kaikkien suomalaisten yhteisenä haasteena (ks. esim. Kataisen 2011 ja Sipilän 2015 hallitusohjelmat). Korostuksesta on tullut Suomessa melko itsestään selvä ja globaalia kilpailukykyä edistetään strategialla, jonka perustuu tietoon, osaamiseen ja poliittiseen vakauteen. Näin ollen voitaisiin päätellä, että kaikki asiat, jotka tukevat suomalaisten yritysten kilpailukykyä, ovat hyviä. Tämä on kuitenkin ongelmallista nimenomaan suomalaisten sisäisten ryhmien kannalta, koska erilaisilla ihmisillä ja ihmisryhmillä on erilaisia etuja, tavoitteita ja tarpeita. Kaikkien etu ei ole välttämättä alistettavissa konsensukseen kilpailukykytavoitteesta. Kilpailussa syntyy aina sekä voittajia että häviäjiä, mutta myös niitä, jotka eivät pysty lainkaan osallistumaan. (Kettunen 2008, 46, 96; ks. myös Siltala 2016, 19.)

Kettusen ajattelua voidaan verrata Hanspeter Kriesin ym. (2006, 921–925, 949–951) teoriaan globalisaation voittajista ja häviäjistä. Teorian mukaan ”globalisaation voittajat” ovat yrittäjiä ja koulutettuja työntekijöitä, jotka hyötyvät avoimesta kansainvälisestä markkinataloudesta. ”Häviäjillä” puolestaan tarkoitetaan perinteisen sektorin yrittäjiä ja työntekijöitä, joiden työpaikat ovat uhattuna esimerkiksi niiden siirryttyä ulkomaille matalamman kustannustason maihin. Lisäksi globalisaation häviäjät ovat usein nationalistisia ja korostavat omaa valtiotaan, kansallisia rajoja ja itsenäisyyttä. Yksi selitys tämän ryhmän nationalismiin saattaa olla globalisaatiosta johtuva työpaikkojen epävarmuus, jonka seurauksena ihmiset kohdistavat pelkonsa kansallisvaltion rajojen ulkopuolelle ja ulkopuolelta tulleisiin ihmisiin (Møller 2011, 21).

Myös Scholten (2005, 320–325, 344–347) ajatuksia voidaan rinnastaa konseptiin globalisaation voittajista ja häviäjistä. Hän huomauttaa, että vaikka globalisaatio koskettaa kaikkia maailman ihmisiä ja yhteisöjä, sen vaikutukset ovat jakautuneet epätasaisesti ja lisänneet epätasa-arvoa ja luokkaeroja. Globaalin uusliberalismin myötä useat valtiot ovat vähentäneet sosiaalipolitiikkansa, joka aiemmin tasoitti näitä eroja. Globalisaation positiiviset vaikutukset suuntautuvat hänen mukaansa omaisuutta omistaviin ja korkeasti koulutettuihin pohjoisissa valtioissa, kaupungeissa ja nuorempien ikäpolvien joukossa. Samansuuntaisesti toteaa myös Jørgen Møller (2011, 23): amerikkalaistyylliseen kapitalismiin perustuva globalisaatio tuottaa enemmän talouskasvua kuin mikään muu kuviteltavissa oleva talousmalli, mutta sen tuoma vauraus ei jakaannu tasaisesti.

Toisaalta nuorten suhteen Juha Siltala (2016, 5–17) huomauttaa, että Suomessa 1990-luvun laman jälkeen alle 35-vuotiaat eivät ole vaurastuneet kuten edellisinä vuosikymmeninä ja nuoremmat ikäluokat



eivät enää saavuta vanhempiensa elintasoja. Hänen mukaansa keskiluokka kutistuu ja voittajia ovat pääomatuloilla elävät ja oman palkkiotasonsa määrittelevät ihmiset. Lisäksi Siltala kyseenalaistaa koulutuksen merkityksen määrittellessään globalisaation voittajia, kun hän puhuu esimerkiksi tietokoneinsinööreistä. Heille näkymät olivat hienot globalisaation alkaessa, mutta nyt korkeankin teknologian työt ovat siirtymässä esimerkiksi Aasiaan halvemmän työvoiman maihin. Työttömyys uhkaa yhä enemmän myös korkeakoulutettuja.

Pääoman ja työvoiman epäsymmetrian onkin kuvattu kasvavan yhä enemmän, sillä pääoman sidokset paikkaan ovat heikentyneet enemmän kuin työvoiman. Tämä tarkoittaa, että työntekijöistä ympäri maailmaa on tullut toistensa kilpailijoita. Asetelmaa ei kuitenkaan voi yksinkertaistaa vain liikkuvan pääoman ja liikkumattoman työvoiman vastakkainasetteluksi, sillä erilaiset alueelliset yhteisöt ja monikansalliset yritykset kilpailevat sopivasta työvoimasta ja sitä kautta yksilöistä ja ihmisistä. (Kettunen 2008, 217; ks. myös esim. Siltala 2016, 3; Streeck 1998, 184; Scholte 2005, 40.) Myös tätä asetelmaa voidaan kin peilata Kriesin ja kollegoiden (2006) näkemykseen globalisaation voittajista ja häviäjistä: kun ihmiset kilpailevat yritysten suosioista, globalisaation voittajat ja häviäjät voivat erottua selvästikin toisistaan.

Kettusen (2008, 218) tiivistää:

”-- liikkuvuuteen liittyvien – erityisesti tiedon ja asiantuntijuuden hallintaa koskevien – voimavarojen erot ovat merkittäviä sosiaalisen eriarvoisuuden aiheuttajia. Vapaa liikkuvuus, maan sisällä ja maan rajojen ulkopuolella, tarkoittaa hyvin erilaisia asioita eri ihmisille. Globaalin talouden tiedon tuottajille ja hallitsijoille, ”luovalle luokalle<sup>4</sup>” liikkuvuus merkitsee mahdollisuuksia rajoista riippumattoman menestysmiljöön valitsemiseen ja vaihtamiseen ja lahjakkuuskilpailun kohteeksi asettautumista”.

Luova luokka voidaan mielestäni rinnastaa globalisaation voittajiin, sillä molemmilla tarkoitetaan suurilta osin akateemisesti koulutettua väestönosaa, joka menestyy globaalissa talouskilpailussa. Karppi (2004, 185) kuvaa, että monikansallisten yritysten sisäisiä työmarkkinoita voidaan hyödyntää Euroopassa dynaamisina kokonaisuuksina, joiden sisällä nuori ja hyvin koulutettu henkilökunta voi liikkua vikkellästi. Møllerin (2011, 24; ks. myös Scholte 2005, 255) mukaan yhä useammat ihmiset samaistuvat esimerkiksi monikansallisiin yrityksiin ja kansalaisjärjestöihin.

Gloaalien ammattilaisten näkökulmasta voidaan myös huomioida, että monikansallisista yrityksistä on muotoutunut omia yhteisöjään, joiden jäsenillä on oma kielensä, kutakuinkin samat arvot ja elämäntavat ympäri maailmaa. Lisäksi suuryritykset palkkaavat ympäri maailmaa hyvin samantapaisen akateemisen

---

<sup>4</sup> Luova luokka (*creative class*) on Richard Floridan (2002) luoma käsite, jolla tarkoitetaan lahjakkaita ja innovatiivisia tietotyötä tai luovaa työtä tekeviä ihmisiä.

koulutuksen saaneita henkilöitä. Kun ihmisillä on samantapainen tausta, he saattavat ajatella samansuuntaisesti ja saada esimerkiksi samansuuntaisia liiketoimintaideoita ja innovaatioita. (Crane ym. 2008, 174–184; Matten & Moon 2008, 412; Møller 2011, 24.) Lisäksi esimerkiksi teknisistä innovaatioista voivat hyötyä enemmän niiden kehittäjät kuin esimerkiksi suorittavaa työtä tekevät, joiden työpanos voidaan korvata innovaatioilla (Kaihovaara 2015, 50).

Globalisaation aiheuttamien jakolinjojen lisäksi suomalaisten keskinäisiä eroja pohdittaessa voidaan ottaa esille Erik Allardtin (1964, 144–151) esittämät yhteiskunnalliset jakolinjat. Hän jakoi suomalaiset ”perusvastakohtaisuuksien” mukaan, joita olivat maalaiset ja kaupunkilaiset, työväki ja porvaristo, suomen- ja ruotsinkieliset sekä kommunistit ja muut. Allardt korostaa, että kaikissa yhteiskunnissa on ryhmien etujen välillä ristiriitoja.

Jussi Westinen (2015, 229–236) on määritellyt tämän hetken tärkeimmiksi suomalaisiksi poliittisiksi jakolinjoiksi äidinkielen, asuinpaikan kaupungissa tai maaseudulla sekä luokkasamaistumisen. Lisäksi hän mainitsee uskonnollisuuden, sukupuolen, koulutuksen sekä ikäryhmän, jotka eivät ole yhtä merkittäviä jakolinjoja kuin kolme ensiksi mainittua. Vaikka Westisen tutkimus käsittelee lähinnä puolueen valintaa vaaleissa selittäviä jakolinjoja, hänen määrittämänsä nykyajan jakolinjat voitaneen tässä tutkielmassa rinnastaa Allardtin perusvastakohtaisuuksiin, sillä työntekijä–työnantaja-asetelma, asuinpaikka, sukupuoli, koulutus ja ikäryhmä nousevat esille myös muissa kansalaisten taustan merkitystä erittelevissä yhteiskuntavastuuta ja globalisaatiota käsittelevissä tutkimuksissa ja teoksissa (ks. esim. Lindh 2015, 85–89; Stolle & Micheletti 2013, 70–76; Scholte 2005, 340; Kaihovaara 2015, 50–55).

Jos suomalaisten jakolinjoja pohditaan globalisaation aiheuttaman yritysveltoisen kilpailukyky-yhteisön valossa, jakoa talouskilpailun menestyjiin, selviytyjiin ja häviäjiin ei voida kuitenkaan suoraan verrata vanhoihin luokkaristiriitoihin. Työväenluokka saattoi ennen vedota välttämättömän panokseensa tuotannossa, mutta globaalin talouskilpailun häviäjillä ei ole usein tällaista mahdollisuutta, kun tuotanto voidaan esimerkiksi siirtää toiseen maahan. (Kettunen 2008, 224–225.) Luokka tarkoittaa populaation jakoa tuotantoketjun vaiheiden mukaisesti. Nykyinen jako on yleisesti: investoijat ja rahoittajat, johtajat, asiantuntijat (*professionals*), koulutetut työläiset, työläiset ja työelämän ulkopuolella olevat, esimerkiksi kodista huolehtijat. (Scholte 2005, 320.)

Empiiriset tulokset ovat osoittaneet, että asenteet hyvinvointivaltiota kohtaan vaihtelevat eri yhteiskuntaluokissa ja ammattiryhmissä. Tällä tarkoitetaan, että työmarkkinoilla heikommassa asemassa olevat, joiden ammattitaito on heikommin markkinoitavissa ja työttömyysriski on korkea, ovat yleensä taipuvai-

sia kannattamaan valtion markkinainterventioita. Tämä ryhmä voitaneen rinnastaa globalisaation häviöihin. Toisaalta voidaan myös katsoa, että yhteiskuntavastuuta kannattavat yhteiskunnalliset voimat nousevat kansalaisyhteiskunnan sosiaalisista liikehdinnöistä, jolloin jakolinjat tuotannossa ja työmarkkinoilla olisivat vähemmän tärkeitä selittäjiä yhteiskuntavastuuseen suhtautumisessa. Yhteiskuntavastuu voidaan nähdä myös hyvinvointivaltiota täydentävänä eikä sitä korvaavana, jolloin sitä kannattanevat jälleen heikommassa suhteellisessa asemassa olevat työntekijät. Toisaalta, jos yhteiskuntavastuu nähdään yritysten vallan kasvamiseen liittyväksi itsesääntelyn keinoksi, sitä luultavasti kannattavat ne, jotka ovat vahvassa asemassa markkinavetoisilla työmarkkinoilla. (Lindh 2015, 81.)

Naiset näyttäisivät olevan valtiojohteisuuden tai yhteiskuntavastuun ja valtion puuttumisen yhdistelmän kannalla miehiä enemmän (Lindh 2015, 88). Tähän liittyen voidaan ottaa esiin Trägårdhin (1997, 273–282; ks. myös Kettunen 2008, 157) toteamus, että naiset ovat perinteisesti olleet kahdensuuntaisesti riippuvaisia hyvinvointivaltiosta, kun se on mahdollistanut sekä työnteon että samanaikaisesti kodista huolehtimisen mahdollistavat palvelut.

Uusliberalismi iskee usein enemmän naisiin, sillä he ovat perinteisesti olleet riippuvaisempia valtion hyvinvointipalveluista, kuten terveydenhuollosta ja äitiyslomista. Toisaalta globaali kapitalismi on maailmanlaajuisesti mahdollistanut naisille enemmän työmahdollisuuksia, vaikkakin naiset huolehtivat yhä miehiä useammin kodista. (Scholte 2005, 337–339.)

Valtiojohteisuuden kannatusta vahvistaa myös Lindhin (2015, 88–89) tulosten mukaan korkeimpaan ikäryhmään (55–64 vuotta) kuuluminen. Ikäryhmistä 35–44-vuotiaat kannattavat eniten vapaaehtoista yhteiskuntavastuuta. Scholten (2005, 342) mukaan globalisaatio kohtelee vanhempia ikäluokkia eristävästi. Esimerkiksi yli 40-vuotiaiden työläisten on ollut vaikea markkinoida osaamistaan globaalissa muutoksessa. Pohjolassa pitkäaikaistyöttömyys on ongelma erityisesti keski-ikäisten työläisten keskuudessa.

## 6. TUTKIMUSKYSYMYKSET, -AINEISTO JA -MENETELMÄT

### 6.1. Tutkimusasetelma, tutkimuskysymykset ja hypoteesit

Tutkielmassa on tähän mennessä esitetty teoreettinen viitekehys, jossa eritellään yritysten asemaa yhteiskunnassa, suomalaista yhteiskuntaa globaalissa talouskilpailussa, yritysten yhteiskuntavastuuta, yritysten sidosryhmiä sekä kansalaisten näkemyksiin yhteiskuntavastuusta mahdollisesti vaikuttavia tekijöitä. Seuraavaksi esitetään tutkielman tutkimuskysymykset. Samalla asetetaan niiden yhteyteen hypoteesit. Hypoteesit ovat teoreettiseen viitekehykseen ja aikaisempaan tutkimukseen tukeutuvia perusteltuja väittämiä, joiden paikkansa pitävyyttä testataan tilastollisten menetelmien avulla ja joiden avulla pyritään ratkaisemaan tutkimusongelma (Heikkilä 2014, 180–181).

Tutkielman läpileikkaavana teemana on yhteiskuntavastuu, joka kuvaa, miten yritykset ottavat huomioon niiden yhteiskuntaan kohdistuvia vaikutuksia. Yritysten roolin ja vaikutusvallan yhteiskunnissa ja myös suomalaisessa yhteiskunnassa nähdään kasvaneen, jolloin niiden vaikutukset kohdistuvat suomalaisiin yhä enemmän. Karpin (2004, 181) mukaan yhteiskuntavastuu liittyy kiinteästi siihen, millaisia vastuita suomalaisilla yrityksillä tulisi olla suomalaisille. Näin ollen nousee kysymys siitä, mitä mieltä suomalaiset ovat yritysten yhteiskunnallisista vaikutuksista. Suomalaisten näkemys asiasta on mielekästä suhteuttaa myös kansainvälisesti verraten sitä muiden maiden kansalaisten näkemykseen. Tämä asettaa suomalaisten näkemyksen laajempaan kontekstiin.

Tutkielman ensimmäinen tutkimuskysymys on:

- 1) Miten suomalaisten näkemys yritysten kokonaisvaikutuksesta yhteiskuntaan suhteutuu verrattuna muiden EU-maiden ja kuuden muun vertailuvaltion (Turkki, Israel, Yhdysvallat, Kiina, Brasilia ja Intia) kansalaisten näkemykseen?

Tutkielman ensimmäinen asetettava hypoteesi perustuu näkemyksiin, joiden mukaan Suomessa on korostettu laajasti kansainvälistä kilpailukykyä ja yritysten myönteistä vaikutusta yhteiskuntaan globaalissa talouskilpailussa. Pohjoisten valtioiden ihmiset katsotaan myös yleisesti ottaen globalisaation voittajiksi. (Kettunen 2008, 91–101, 121; hallitusohjelmat 2011 ja 2015; Scholte 2005, 320–325, 344–347.) Lisäksi sidosryhmät katsovat suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuutoimien olevan kohtuullisen hyviä ja hie-  
man korkeammalla tasolla kuin verrokkimaissa Ruotsissa, Tanskassa, Englannissa, Saksassa ja Alankomaissa (työ- ja elinkeinoministeriö 2016a, 36–43). Suomessa yritystoiminnan kansallisia yhteiskunnal-

lisiä vaikutuksia säädellään pääasiassa laeilla ja sopimuksilla, eikä yritysten itsesääntelyllä ja vapaaehtoisella vastuullisuudella, vaikka myös niiden merkitys on saattanut kasvaa. Lakiin perustuvaa sääntelyä on Suomessa enemmän kuin monissa muissa maissa. (Crane & Matten 2010, 5; ks. myös Sahlin-Andersson 2006, 606.) Lisäksi suomalaiset luottavat poliittisiin instituutioihin ja viranomaisinstituutioihin keskipitkällä aikavälillä enemmän eurooppalaisia enemmän (Eurostat 2015). Näin ollen on mahdollista, että myös yrityksiin luotetaan Suomessa. Ensimmäinen hypoteesi on:

H 1: Suomalaiset näkevät yritysten kokonaisvaikutuksen suomalaiseen yhteiskuntaan myönteisempänä kuin muiden EU-maiden ja Euroopan ulkopuolisten vertailumaiden kansalaiset yritysten kokonaisvaikutuksen omaan yhteiskuntaansa.

Suomalaiset eivät kuitenkaan ole yhtenäinen kollektiivinen kokonaisuus, vaan kansalaisten keskuudessa on erilaisia yhteiskunnallisia ja poliittisia jakolinjoja (esim. Allardt 1964, 144–151; Westinen 2015, 229–236). Yritysten yhteiskuntavastuuseen ja asemaan yhteiskunnassa on vaikuttanut keskeisesti globalisaatio. Globalisaatio tuottaa erilaisia vaikutuksia eri ryhmille: on muodostunut globalisaation voittajia ja häviäjiä. Globalisaation voittajiin katsotaan kuuluvan nuoret, kaupungissa asuvat, yrittäjät ja koulutetut työntekijät, jotka hyötyvät avoimesta kansainvälisestä markkinataloudesta. Häviäjät puolestaan ovat teorian mukaan enemmän perinteisen sektorin yrittäjät ja työntekijät, maaseudulla asuvat ja vanhemmat ikäluokat, joiden työpaikat ovat uhattuna esimerkiksi niiden siirryttyä ulkomaille matalamman kustannustason maihin. (Kriesi ym. 2006.) Näiden ryhmien suhtautuminen yritystoimintaan ja sen yhteiskunnallisiin vaikutuksiin saattaa olla erilainen (esim. Lindh 2015; Scholte 2005, 344–347). Toiseksi tutkimuskysymykseksi asetetaan:

2) Vaikuttavatko erot suomalaisten sosiodemografisessa taustassa ja näin ollen kuuluminen globalisaation voittajiin tai häviäjiin heidän näkemykseensä yritysten kokonaisvaikutuksesta yhteiskuntaan?

Teoreettisen viitekehyksen pohjalta asetetaan tutkimuskysymystä suuntaava hypoteesi:

H 2: Globalisaation voittajat näkevät yritysten kokonaisvaikutuksen yhteiskuntaan Suomessa myönteisempänä kuin globalisaation häviäjät.

Yritysten yhteiskuntaan tuottamat kokonaisvaikutukset ovat laaja-alaiset, joten tutkielmassa halutaan pureutua myös niihin tekijöihin, joista tämä kokonaisvaikutus koostuu. Yritysten tuottamat vaikutukset ovat monenlaisia: taloudellisia, sosiaalisia ja ympäristöön vaikuttavia (esim. Elkingtonin 1999). Erilaiset vaikutukset voivat kuitenkin kohdella erilaisen sosiodemografisen taustan omaavia suomalaisia eri tavoin.

Esimerkiksi globalisaation voittajien työtilanne saattaa olla vakaampi kuin globalisaation häviäjien, joiden työpaikat voivat esimerkiksi siirtyä herkemmin matalamman kustannustason maihin (esim. Kriesi ym. 2006). Tällöin globalisaation häviäjät saattavat korostaa eri vaikutuksia kuin globalisaation voittajat. Näin ollen kolmanneksi tutkimuskysymykseksi asetetaan:

- 3) Vaikuttaako kuuluminen globalisaation häviäjiin tai voittajiin suomalaisten näkemyksiin yritysten yhteiskuntaan tuottamista merkittävimmistä myönteisistä ja kielteisistä vaikutuksista?

Tämän tutkimuskysymyksen hypoteesi on, että vastaajan sosiodemografinen tausta vaikuttaa siten, että:

- H 3: Globalisaation voittajat korostavat arvioissaan yritysten erilaisia myönteisiä ja kielteisiä vaikutuksia yhteiskuntaan Suomessa kuin globalisaation häviäjät.

Yritysten vaikutukset yhteiskuntaan ja yhteiskuntavastuutoimet niiden huomioon ottamiseksi voivat vaihdella yrityksen koon ja toimialan mukaan (Crouch 2006, 1536; Jussila 2010, 30; Matten & Moon 2008, 417; Spence 1999, 163–172; Työ- ja elinkeinoministeriö 2016a, 40–41). Globalisaation myötä varsinkin suuryritysten vaikutusvallan nähdään kasvaneen (Irogbe 2013, 223; Crane & Matten 2010, 23–24; ks. myös Jackson 2010, 43; Palacios 2004, 384–389). Samalla ne ovat alkaneet korostaa yhteiskuntavastuullisuuttaan (esim. Sahlin-Andersson 2006, 596; Matten & Moon 2008, 404–412; Crane, McWilliams ym. 2008, 3–5; Carroll 2008, 41; Blowfield & Murray 2014, 144–152). Pk-yritysten vastuullisuus on usein epämuodollisempaa kuin suuryritysten, mutta ne voivat olla riippuvaisempia paikallisyhteisön suosiosta (Crouch 2006, 1536; ks. myös Jussila 2010, 30; Matten & Moon 2008, 417; Spence 1999, 163–172). Neljänneksi tutkimuskysymykseksi asetetaan:

- 4) Vaikuttaako kuuluminen globalisaation häviäjiin tai voittajiin suomalaisten näkemyksiin eri kokoisten yritysten vastuullisuudesta?

Varsinkin suuryhtiöiden menestys voi kohdella eri taustaisia ihmisiä eri lailla: globalisaation voittajat eli koulutetut, kaupungissa asuvat ja nuoret voivat hyötyä niistä enemmän esimerkiksi työllistymällä suuryrityksiin (Karppi 2004, 185; Crane ym. 2008, 174–179; Matten & Moon 2008, 412; Møller 2011, 24.) Tällä perusteella hypoteesiksi asetetaan:

- H 4: Globalisaation voittajat näkevät suuryritykset vastuullisempina kuin globalisaation häviäjät.

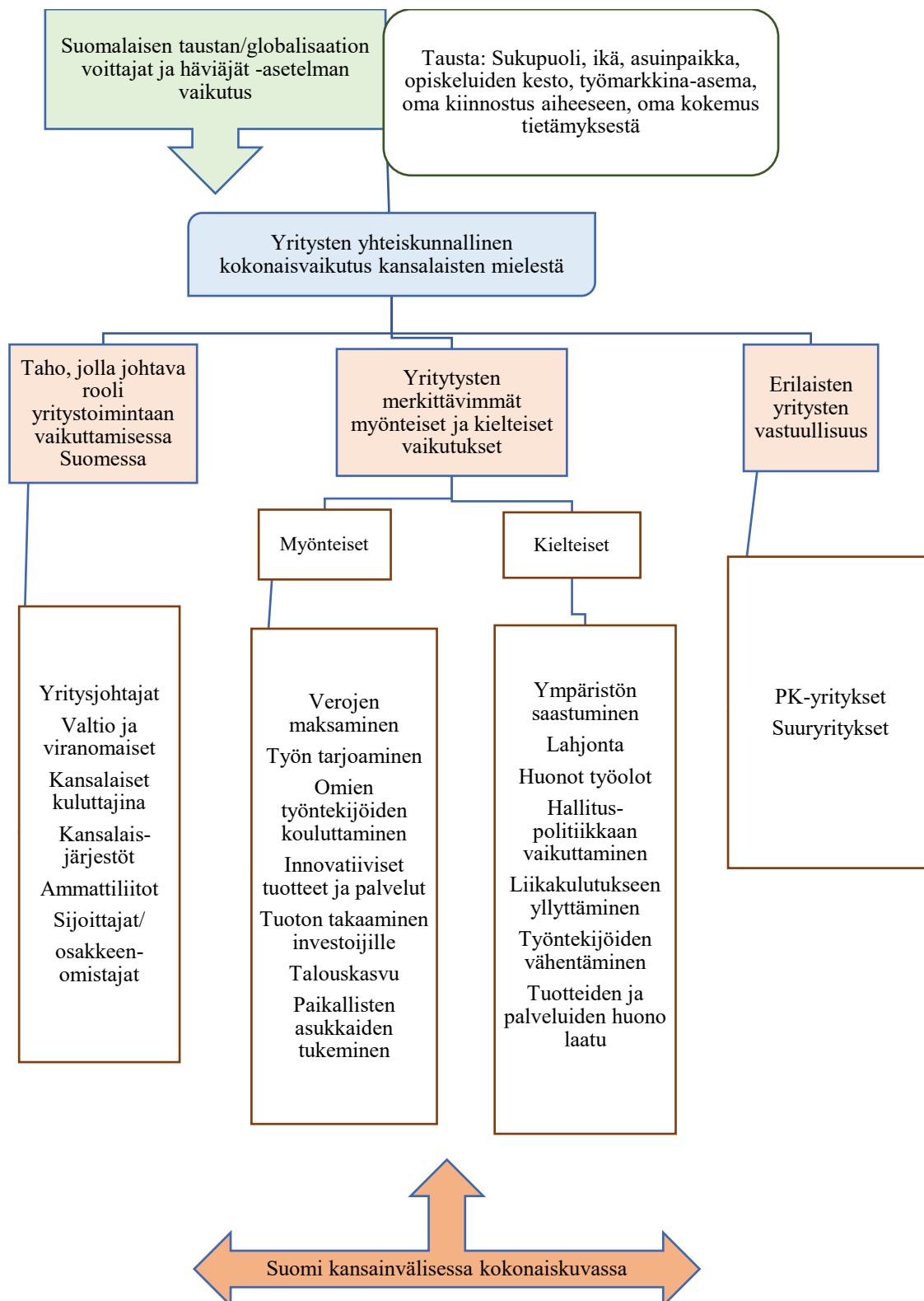
Tutkimusasetelmaa täydentää vielä ajatus, että valtion ja sen lainsäädännön suhde yhteiskuntavastuuseen ei ole yksiselitteinen. Yhteiskuntavastuu voidaan nähdä yhtäältä valtion säätelyä täydentävä ja pääasiassa

valtiovetoisena, kun Suomessa lainsäädäntö määrittelee paljon sitä, miten yritysten tulee hallita yhteiskunnallisia vaikutuksiaan. Toisaalta sitova lainsäädäntö on viime aikoina saattanut jonkin verran korvaantua yhteiskuntavastuuajattelulla, kun yritykset asettavat itsesääntelyllä yhteiskuntavastuun normeja toiminnalleen (esim. Kettunen 2008, 91–92; Matten & Moon 2008, 413–418; työ- ja elinkeinoministeriö 2016c; Jussila 2010, 99–100). Eri sidosryhmät – sijoittajat, asiakkaat, kansalaisjärjestöt ja ammattiliitot – pyrkivät vaikuttamaan yrityksiin niiden yhteiskunnallisten vaikutusten osalta. Toisaalta myös valtio ja viranomaiset nähdään kirjallisuudessa yritysten sidosryhmänä. (Freeman ym. 2010, 242; Jussila 2010, 125; Sahlin-Andresson 2006, 596–606.) Lindhin (2015) mukaan yhteiskuntavastuun toteuttamisen suhteen erilaisen sosiodemografisen taustan omaavat ihmiset saattavat nähdä esimerkiksi valtion ja lainsäädännön roolin erilaisena yritysten yhteiskunnallisten vaikutusten suhteen. Lisäksi eri ryhmät saattavat painottaa eri lailla eri sidosryhmien roolia yrityksiin vaikuttamisessa. Myös kulutusvalintojen tekemisen painottaminen voi olla erilaista eri ryhmissä (Stolle & Micheletti 2013, 68–76). Tutkielman viides tutkimuskysymys ja hypoteesi ovat:

- 5) Vaikuttaako suomalaisten sosiodemografinen tausta ja kuuluminen globalisaation häviäjiin tai voittajiin näkemyksiin siitä, minkä tahon pitäisi ottaa johtava rooli yritystoimintaan vaikuttamisessa Suomessa?

H 5: Globalisaation voittajat korostavat arvioissaan eri tahoja kuin globalisaation häviäjät.

Tutkimuksen empiirinen osa voidaan nähdä kolmitasoisena. Ensimmäinen taso käsittää kansainvälisen kokonaisuuden, jotta Suomi voidaan suhteuttaa globaaliin kokonaisuuteen. Toinen taso käsittää Suomen aineiston eli sen, mitä mieltä suomalaiset ovat kokonaisuudessaan yritysten yhteiskunnallisista vaikutuksista. Kolmannella tasolla tarkastellaan erilaisten väestöryhmien välisiä mahdollisia eroja Suomen sisällä. Tutkimusasetelma on esitetty graafisesti kuviossa 1.



Kuvio 1. Tutkimusasetelma graafisesti.



## 6.2. Tutkimusaineisto

### 6.2.1. Tutkimusaineiston esittely

Tutkimusaineistona tässä pro gradu -tutkielmassa käytetään Euroopan komission Flash Eurobarometri 363 *How Companies Influence Our Society: Citizens' View* -kyselytutkimusta. Flash Eurobarometrit ovat yhteen asiakokonaisuuteen keskittyviä ja laajempia vakiomuotoisia Eurobarometrejä täydentäviä tutkimuksia (Yhteiskuntatieteellinen tietokirjasto 2015). Suomen aineistot kerää TSN Gallup. Tutkimuksen kaikki muuttujat ovat tästä kyselytutkimuksesta. Aineiston alkuperäiset kysymyksenasettelut ovat tutkielman liitteessä 1.

Kyselytutkimus on kerätty puhelimitse kaikista EU-maista sekä Turkista, Israelista, Yhdysvalloista, Kiinasta, Brasiliasta ja Intiasta 29.10.–31.10.2012 ja julkaistu huhtikuussa 2013. Aineiston voidaan katsoa olevan laaja, sillä se käsittää noin 1000 vastaajaa kustakin maasta<sup>5</sup>. Yhteensä kyselytutkimukseen vastasi yli 32 000 ihmistä. Suomesta vastaajia oli 1005. (Euroopan komissio 2013a.)

Euroopan komission on julkaissut kyselytutkimuksen kansainvälisiä tuloksia erittelevän raportin *How Companies Influence Our Society: Citizens' View* (2013a) ja erikseen Suomen tuloksia kuvaavan yhteenvedon (2013b) *Kuinka yritykset vaikuttavat yhteiskuntaamme*, mutta näihin raportteihin ei ole yhdistetty minkäänlaista teoreettista viitekehystä ja vastaajien sosiodemografisia tekijöitä ei ole tutkittu maittain. Näin ollen myös suomalaisten tuloksia on tutkittu vain yhtenä kansallisena kokonaisuutena, eikä sen mukaan, miten kansalaiset eroavat keskenään taustaltaan.

Lisäksi Suomen aineiston yhteenvedossa *Kuinka yritykset vaikuttavat yhteiskuntaamme* (2013b, 2) näyttäisi olevan hieman virheellisyttä. Yhteenvedossa esitetään eri prosenttiosuudet tahoista, joiden tulisi vaikuttaa suomalaisten näkemyksen mukaan yritystoimintaan kuin komission kaikkia maita koskevassa yhteenvetoraportissa *How Companies Influence Our Society: Citizens' View* (2013a, 74). Tämän tutkielman analyysit antavat samat prosenttiosuudet kuin kaikkia maita koskeva yhteenvetoraportti.

Analyysissä käytetään aineiston painottamista, sillä painotusten käyttö on suositeltua Eurobarometrien dataa analysoitaessa, erityisesti kuvailevia menetelmiä käytettäessä. Painotuksella tarkoitetaan otoksen edustavuuden korjaamista vastaamaan paremmin perusjoukkoa. Henkilöaineistoissa tällaisia ovat yleensä sosiodemografiset tekijät kuten sukupuoli, ikä, asuinpaikka ja koulutustaso tai ammatti. Analyysissä on pääasiallisesti käytetty jälkiosituspainoa *Weight results from target (W1)*, joka tasapainottaa

---

<sup>5</sup> Maltalta, Luxemburgista ja Kyprokselta noin 500 vastaajaa.

otantavirheiden ja kadon luomaa vinoumaa vastaamaan paremmin todellista populaatiota eli perusjoukkoa. (Gesis 2016; Sivonen 2008.)

### 6.2.2. Selitettävät muuttujat

Ensimmäisenä tarkasteltavana kokonaisuutena tässä tutkielmassa on yritysten yhteiskuntaan tuottama kokonaisvaikutus. Sitä kuvaa aineistossa neliluokkainen ja järjestysasteikollinen muuttuja. Yritysten kokonaisvaikutusta yhteiskuntaan kuvaava muuttuja saa arvot hyvin myönteinen, melko myönteinen, melko kielteinen ja hyvin kielteinen. Muuttujasta tehdään tarkasteluja kansainvälisestä kokonaisaineistosta ja Suomen osa-aineistosta. Suurimmassa osassa tarkasteluja luokat yhdistetään kahdeksi luokaksi *hyvin tai melko myönteinen* ja *hyvin tai melko kielteinen*. Tästä ja myös kaikista muista muuttujista on koodattu pois luokka ei osaa sanoa/ei vastausta. Näitä vastauksia on aineistossa pieni määrä.

Yritysten yhteiskuntaan tuottaman kokonaisvaikutuksen yhteydessä tarkastellaan myös suomalaisten näkemystä ja siihen vaikuttavia tekijöitä 10 vuoden kehityskulusta. Toisena selitettävänä muuttujana on näin ollen yritysten pyrkimys osoittaa vastuullisuutta yhteiskuntaa kohtaan verrattuna 10 vuoden takaiseen tilanteeseen. Se saa arvot paljon enemmän, hieman enemmän, saman verran, hieman vähemmän ja paljon vähemmän. Muuttuja on uudelleen koodattu kolmeen kategoriaan *paljon tai hieman enemmän*, *saman verran* ja *paljon tai hieman vähemmän*.

Toinen tutkimuskysymys käsittelee suomalaisten näkemystä yritysten myönteisistä ja kielteisistä vaikutuksista suomalaiseen yhteiskuntaan. Vastaja on maininnut valmiiksi määritellyistä vaikutuksista hänen mielestään enintään kolme tärkeintä myönteistä ja enintään kolme tärkeintä kielteistä vaikutusta. Aineistoa käsitellään niin, että jokainen vaikutus on erillinen muuttujansa. Muuttujat ovat luokitteluasteikollisia kaksiluokkaisia eli dikotomisissa muuttujissa, joissa vaikutuksen maininta saa arvon 1 ja mainitsematta jättäminen arvon 0. Muuttujat yritysten myönteisistä vaikutuksista ovat:

- Verojen maksaminen
- Työpaikkojen luominen
- Innovatiivisten tuotteiden ja palveluiden kehittäminen
- Tuoton takaaminen investoijille
- Osallisuus taloudelliseen kasvuun
- Taloudellinen tai materiaallinen tuki paikallisille asukkaille
- Omien työntekijöiden kouluttaminen.

Muuttajat yritysten kielteisistä vaikutuksista ovat:

- Ympäristön saastuttaminen
- Lahjonta
- Huonot työskentelyolosuhteet, piittaamattomuus työelämän standardeista
- Liiallinen vaikutus hallituspolitiikkaan
- Yllyttäminen liikkulutukseen
- Työntekijöiden määrän vähentäminen
- Tuotteiden ja palveluiden huono laatu.

Kolmas selitettävä kokonaisuus on suomalaisten näkemys siitä, miten suomalaiset erikokoiset yritykset – pienet ja keskisuuret yritykset ja suuryritykset – pyrkivät osoittamaan vastuullisuutta yhteiskuntaa kohtaan. Pk-yritysten ja suuryritysten pyrkimys osoittaa vastuullista käytöstä ovat kaksi erillistä neliluokasta muuttujaa, jotka saavat arvot kyllä, hyvin paljon; kyllä, melko paljon; ei, eivät oikeastaan ja ei, eivät lainkaan. Muuttujien luokat on osassa tarkasteluja yhdistetty kahteen: *pyrkivät hyvin tai melko paljon* ja *eivät oikeastaan tai lainkaan pyri*.

Lisäksi samassa yhteydessä tarkastellaan lyhyesti kansalaisten mielipiteitä eri teollisuudenalojen pyrkimyksestä osoittaa vastuullisuutta. Muuttajat ovat samanlaisia kuin edellä pk- ja suuryritys-muuttajat eli jokainen teollisuuden ala on oma neliluokkainen muuttujansa. Luokat on yhdistetty myös tässä tapauksessa analyysissä kahteen luokkaan: *pyrkivät hyvin tai melko paljon* ja *eivät oikeastaan tai lainkaan pyri*.

Tarkastellut teollisuudenalat ovat:

- ICT-yritykset
- Vaatteita ja kenkiä valmistavat yritykset
- Finanssialan yritykset
- Elintarvikkeita valmistavat yritykset
- Kaivos-, öljy- ja maakaasualan yritykset
- Rakennusalan yritykset
- Lääkealan yritykset<sup>6</sup>
- Kemianalan yritykset

Viimeinen selitettävä kokonaisuus on suomalaisten näkemys siitä, minkä tahon pitäisi ottaa johtava rooli yritystoimintaan vaikuttamisessa Suomessa. Tahon yhteydessä on avattu sen määriteltä pääasiallista

---

<sup>6</sup> Lääke- ja kemianalan yritysten kohdalla vastaajat on jaettu kahteen osaan. Noin puolet vastaajista ovat kertoneet näkemyksensä lääkealan vastuullisuudesta ja noin puolet kemianalan vastuullisuudesta. Näin ollen niiden tilastoyksikkömäärä on noin puolet muiden muuttujien tilastoyksikköiden määrästä

vaikuttamiskeinoa. Muuttujat on toteutettu samalla lailla kuin yritysten myönteiset ja kielteiset vaikutukset -muuttujat: ne ovat luokitteluasteikollisia dikotomisia muuttujia, joissa tahon maininta saa arvon 1 ja mainitsematta jättäminen arvon 0. Vastaaja on valinnut enintään kolme tahoa seuraavista vaihtoehdoista:

- Viranomaiset (mukaan lukien kansallisen ja paikallisen tason hallitukset sekä Euroopan unioni ja muut kansainväliset organisaatiot) – politiikan ja sääntelyn kautta
- Kansalaiset – ostopäätösten kautta
- Sijoittajat – sijoituskohteita koskevien päätösten kautta
- Kansalais- ja hyväntekeväisyysjärjestöt – ongelmia tunnistamalla ja niihin ratkaisuja tarjoamalla
- Yritysjohtajat – yritystoimintaa koskevien päätösten kautta
- Ammattiliitot – ongelmia tunnistamalla ja niihin ratkaisuja tarjoamalla.

### 6.2.3. Selittävät muuttujat ja taustamuuttujat

Tutkimuskysymyksiin vastausta etsitään vastaajien sosiodemografisesta taustasta ja erityisesti siitä, kuuluuko vastaaja enemmän globalisaation voittajiin vai häviäjiin. Tätä tarkastellaan kansalaisen asuinpaikan, iän, koulutuksen ja ammattiryhmän tai työmarkkina-aseman avulla. Toisaalta ammattiryhmä tai työmarkkina-asema voidaan rinnastaa myös luokkaan. Esimerkiksi Scholte (2005, 320) jaottelee luokat investoijiin ja rahoittajiin, johtajiin, asiantuntijoihin (*professionals*), koulutettuihin työläisiin, työläisiin ja työelämän ulkopuolella oleviin, esimerkiksi kodista huolehtijoihin.

Ammattiryhmä-muuttuja jakaantuu aineistossa 22:een luokkaan. Vastaajalta on ensin kysytty työmarkkina-asemaa (yrittäjä, toimihenkilö, työntekijä, työelämän ulkopuolella) ja sen perusteella tarkempaa ryhmää. Opiskelijat on erotettu muista työelämän ulkopuolella olevista, koska heidän asemansa voi poiketa teorian mukaan muista työelämän ulkopuolella olevista suhteessa globalisaatioon. Ryhmiä tarkastellaan taulukon 1 jaottelun mukaan.

Taulukko 1. Vastaajat jaettuna ammattiryhmän tai työmarkkina-aseman mukaisesti (% , jälkiosituspaino).

Ammattiryhmä tai työmarkkina-asema	% (N)
Yrittäjä	6,5 % (65)
Toimihenkilö	20,9 % (210)
Työntekijä <sup>7</sup>	26,6 % (267)
Opiskelija	12,4 % (125)
Työelämän ulkopuolella	33,6 % (338)
Yht.	100 % (1005)

<sup>7</sup> Engl. *Manual Worker*.

Analyysissä tarkastellaan osassa kohtia lyhyesti taulukossa 1 esitettyjen ryhmien sisäisiä eroja. Liitetäulukossa 1 on esitetty nämä ryhmät, jotka on luokiteltu alkuperäisen 22-luokkaisen muuttujan pohjalta. Ryhmiksi on määritelty maatalous- tai pienyrittäjät, akateemiset yrittäjät tai yrityksen omistajat, johto, ylemmät toimihenkilöt, alemmat toimihenkilöt, työntekijät, opiskelijat, eläkeläiset, työnhakijat ja kodista huolehtijat. Aineistossa eläkeläisten osuus on huomattavan suuri (43 %), eikä se vastaa populaatiota. Jälkiosituspaino korjaa osuutta, jolloin eläkeläisten osuus on 27 prosenttia ja vastaa populaatiota, koska suomalaisista noin 25 prosenttia on eläkeläisiä (Tilastokeskus 2016).

Ikä on aineistossa muuttuja, joka saa arvoja 15- ja 99-vuotiaan välillä. Muuttuja on koodattu luokitteluasteikolliseksi. Luokat ovat 15–24-vuotiaat (15 % vastaajista), 25–39-vuotiaat (22 %), 40–54-vuotiaat (25 %) sekä 55-vuotiaat ja sitä vanhemmat (38 %). Esitetyt prosenttiosuudet ja tutkielman kaikki seuraavat prosenttiosuudet kuvaavat painotettuja prosenttiosuuksia.

Aineistossa kansalaisen koulutusta kuvaa päätoimisen opiskelun päättymisikä. Analyysissä koulutusmuuttuja on luokiteltu kokopäiväisen opiskelun päättymisiän perusteella. Luokkia on neljä: päätoiminen opiskelu on loppunut korkeintaan 15-vuotiaana tai nuorempana, 16–19-vuotiaana, 20-vuotiaana tai vanhempana tai vastaaja opiskelee paraikaa.

15-vuotiaana opiskelun lopettaneita on määrällisesti vähiten, 10 prosenttia. Yli 55-vuotiaissa tämä ryhmä on huomattavasti suurempi kuin nuoremmissa ikäluokissa: ryhmään kuuluu yli 20 prosenttia vastaajista, kun taas muissa ikäluokissa näin varhain koulutuksen lopettaneiden osuus jää alle viiden prosentin. Noin neljäsosa vastaajista on opiskellut 16–19-vuotiaiksi ja reilu puolet 20-vuotiaiksi tai vanhemmiksi. Edelleen opiskelevia on vajaa 15 prosenttia. Edelleen opiskelevissa on mukana monen ikäisiä, joten he luultavasti suorittavat eri koulutustasoja. 15–19-vuotiaita yhä opiskelevista on 45,1 prosenttia ja 20–25-vuotiaita 35,8 prosenttia. Yli 25-vuotiaita opiskelevia on vajaa 20 prosenttia yhä opiskelevista.

Asuinpaikka-muuttuja on kolmiluokkainen ja luokitteluasteikollinen. Muuttuja saa seuraavat arvot: asuu maaseudulla tai kylässä (26 %), asuu pienessä tai keskisuuressa kaupungissa (43 %) ja asuu suuressa kaupungissa (31 %).

Analyysissä otetaan huomioon taustamuuttujana vastaajan sukupuoli. Sukupuoli on kaksiluokkainen muuttuja, joka saa arvot mies (49 %) ja nainen (51 %). Muun sukupuolisia ei ole otettu aineistossa huomioon, vaan jokainen tilastoyksikkö kuuluu joko naisen- tai mies-luokkaan.

Analyysissä otetaan myös taustamuuttujana huomioon vastaajan oma kiinnostus ja tietoisuus yritysten vastuullisuudesta. Kiinnostusta on mitattu kysymällä, kuinka kiinnostuneeksi vastaaja kokee itsensä siitä,

millä tavoin Suomessa toimivat yritykset osoittavat vastuullista käytöstä yhteiskuntaan kohtaan. Tietoisuus puolestaan on mitattu kysymällä, kuinka perillä vastaaja kokee olevansa siitä, millä tavoin Suomessa toimivat yritykset osoittavat vastuullista käytöstä yhteiskuntaa kohtaan. Sekä kiinnostusmuuttuja että tietoisuusmuuttuja ovat neliluokkaisia järjestysasteikollisia muuttujia. Ne on regressiomalleissa yhdistetty kahteen luokkaan kiinnostunut ja ei kiinnostunut sekä tietoinen ja ei tietoinen.

### 6.3. Tutkimusmenetelmät

Tutkielmassa käytetään kvantitatiivisia menetelmiä: ristiintaulukointia, logistista regressioanalyysiä ja multinomiaalista logistista regressioanalyysiä. Kvantitatiivinen tarkastelu on valittu tutkimusmenetelmäksi, koska tulokset halutaan yleistää koko populaatioon eli tässä tapauksessa suomalaisiin. Tutkielman aineistossa vastaajien valinta perustuu satunnaisotokseen, mikä on yleistä kvantitatiivisessa tutkimuksessa (Kurkela 2016).

Empiirisen analyysin kolmitasoisuuteen palaten Suomi asemoidaan ensin kansainväliseen viitekehykseen vertaillen ristiintaulukoinnilla Suomen kansalaisten näkemyksiä yritysten yhteiskunnallisesta kokonaisvaikutuksesta suhteessa koko kansainväliseen aineistoon. Tämän jälkeen Suomen osa-aineistoa tarkastellaan kuvailevien menetelmien ja logistisen ja multinomiaalisen regressioanalyysin avulla kansallisen mielipiteen ja sitä selittävien tekijöiden tutkimiseksi.

Ristiintaulukointi on kuvaileva menetelmä, jonka avulla selvitetään muuttujien jakautumista ja kahden muuttujan vaikutusta toisiinsa. Menetelmää voidaan käyttää luokitteluasteikollisiin muuttujiin. Ristiintaulukoinnin yhteydessä käytetään usein khiin neliö -testiä eli  $\chi^2$ -riippumattomuustestiä. Testissä nollahypoteesina on aina, ettei muuttujien välillä ole riippuvuutta. Jos riskitaso on tarpeeksi pieni, enintään viisi prosenttia, tulos on tilastollisesti merkitsevä ja nollahypoteesi hylätään. Riskitasolla tarkoitetaan riskin suuruutta sille, ettei aineistosta saatu tulos päde koko perusjoukkoon.  $\chi^2$ -riippumattomuustestiä käytettäessä tulee huomioida, että varsinkin jos otoskoko on suuri, pienikin riippuvuus muuttujien välillä voi antaa tilastollisesti merkitsevän tuloksen. Tämän vuoksi ristiintaulukoinnin tuloksien suhteen tulee analysoida eroavaisuuksien suuruuden sisällöllistä merkitystä. (Heikkilä 2014, 200–201; Mattila 2004.)

Tekijöitä, jotka selittävät suomalaisten näkemyksiä yritysten yhteiskuntaan tuottamasta kokonaisvaikutuksesta, yritysten yhteiskuntaan tuottamista myönteisistä ja kielteisistä vaikutuksista, pk- ja suuryritysten vastuullisuutta ja yritystoimintaan vaikuttamisen johtavasta tahosta tutkitaan logistisella regressioanalyysillä. Regressioanalyysi on tilastollinen monimuuttujamenetelmä, jolla pyritään saamaan selville paras mahdollinen selittävien muuttujien yhdistelmä selitettäessä yhtä selitettävää muuttujaa (Heikkilä

2014, 222). Logistista regressioanalyysiä käytetään, kun selitettävä muuttuja on kaksiluokkainen tai kun se ei ole vähintään järjestysasteikollinen. Selitettävä muuttuja koodataan niin, että se saa vain arvot 1 ja 0. Logistisessa regressiossa pyritään ennustamaan, millä todennäköisyydellä eri tekijät vaikuttavat siihen, että vastaaja kuuluu selitettävän luokkaan 1 tai 0. (Mattila 2009.) Esimerkiksi millä todennäköisyydellä asuinpaikka vaikuttaa siihen, näkeekö vastaaja yritysten tuottaman kokonaisvaikutuksen myönteisenä vai kielteisenä.

Regressioon voidaan sisällyttää jatkuvia ja dummy-muuttujia<sup>8</sup> selittäjiksi. Menetelmä edellyttää, että havainnot ovat keskenään riippumattomia ja selitettävä muuttuja on lineaarisesti yhteydessä selittäviin tekijöihin. Regressiotaulukoissa on luvuilla kuvattu muuttujien ristitulosuhteet. Riskitulosuhde on kerroin verrattuna referenssikategoriaan eli selittävän muuttujan luokkaan, johon tuloksia verrataan. Se kuvaa riskitason muutosta yhtä selittävän muuttujan yksikön muutosta kohden. Yli yhden riskitulosuhde kasvattaa riskiä kuulua selitettävän muuttujan luokkaan 1 ja alle yhden ristitulosuhde pienentää mahdollisuutta kuulua selitettävän muuttujan luokkaan 1. Lisäksi tulee huomioida, onko tulos tilastollisesti merkitsevä eli onko riskitaso alle 5 prosenttia. Mikäli joillakin muuttujilla ei ole yhteyttä selitettävään ilmiöön eli suhtautumiseen yritysten yhteiskunnallisiin vaikutuksiin, tulos on sinällään yhtä arvokas kuin muuttujan vahva yhteys selitettävään ilmiöön. (Jokivuori & Hietala 2007, 59, 61, 71–72; Mattila 2009; Field 2009, 264–267, 270–271.)

Mallin toimivuutta eli selitysasetta mitataan logistisessa ja multinomiaalisessa regressioanalyysissä likiarvoilla eli pseudoselitysasella, koska täsmällistä selitysasetta ei ole mahdollista saada kahden arvon vaihtelun todennäköisyyksiä ennustavalla menetelmällä. Näin ollen selitysaseta on logistisessa regressioanalyysissä aina ennemmin valistunut arvaus kuin absoluuttinen totuus. *-2 Log likelihood* -arvo kertoo mallin sopivuudesta aineistoon. Arvon pieneneminen kertoo mallin sopivuuden parantumisesta. *-2 Log likelihood* -arvo on kuitenkin hieman vaikeatulkintainen, joten sen pohjalta on tuotettu selkeämpi Nagelkerke  $R^2$  -arvo, joka vaihtelee arvojen 0 ja 1 välillä. Mitä lähempänä arvoa 1 ollaan, sitä paremmin mallin selittävät muuttujat selittävät selitettävän muuttujan vaihtelua. (Jokivuori & Hietala 2007, 67–68; Garson 2008, 15; Field 2009, 267–269.)

Suomalaisten näkemystä siitä, kiinnittävätkö yritykset huomiota vastuullisuuteensa paljon tai hieman enemmän, saman verran vai paljon tai hieman vähemmän kuin 10 vuotta sitten tutkitaan multinomiaalisella logistisella regressioanalyysillä. Multinomiaalinen regressioanalyysi on monimuuttujamenetelmä, joka on logistisen regressioanalyysin laajennus. Siinä selitettävän muuttujan luokkia on enemmän kuin

---

<sup>8</sup> Dummy-muuttujalla tarkoitetaan kaksiarvoista muuttujaa, joka on koodattu luokkiin 0 ja 1 (Mattila 2008).

kaksi. Tutkielmassa käytetään näkemyksen 10 vuoden kehityskulusta tutkimiseen multinomiaalista logistista regressiota, koska selitettäviä muuttujan luokkia ei haluta yhdistää kahteen luokkaan. Menetelmä on toimintaperiaatteeltaan yhtenevä logistisen regressioanalyysin kanssa – siinä selvitetään, mitkä tekijät selittävät riskiä kuulua muuhun luokkaan kuin referenssikategoriaan. (Jokivuori & Hietala 2007, 78; Field 2009, 300–301.)

#### 6.4. Tutkielman haasteet ja rajoitteet

Tutkielmalle haasteita asettaa yrityskentän laajuus. Yrityksiä on hyvin erilaisia niin koon, kansainvälisyysasteen kuin toimialankin perusteella, mutta akateeminen kirjallisuus ja myös tämän tutkielman aineisto niputtaa yritykset jonkin verran yhteen yhteiskuntavastuusta puhuttaessa. Englanninkielinen kirjallisuus käyttää yhteiskuntavastuun yhteydessä laajasti käsitettä *corporations*, joka tarkoittaa Crane ym. (2008) mukaan yksityisen sektorin suuria yrityksiä. Yrityksiin juurikaan pureuduta esimerkiksi toimialoittain. Muutenkin yhteiskuntavastuuta käsittelevä kirjallisuus keskittyy laajasti monikansallisiin suur-yrityksiin, eikä esimerkiksi valtionyhtiöistä puhuta juurikaan. Valtionyhtiöitä ei ole mainittu aineistossa, vaikka niiden asema Suomen yrityskentässä on merkittävä esimerkiksi valtioneuvoston kanslian (12.5.2016 mukaan).

Lisäksi yritysten yhteiskuntavastuusta puhuttaessa keskitytään monesti yritysten globaaliin toimintaan, esimerkiksi hankintaketjuihin enemmän kuin yritysten rooliin kotimaassa. Sahlin-Andersson (2006, 602) käyttää esimerkkinä Ruotsia, mutta sama pätee myös Suomeen. Tässä tutkielmassa käytetty aineisto kuitenkin käsittelee vain suomalaisten yritysten toimintoja Suomessa, joten esimerkiksi yritysten hankintaketjuja ei analyysissä käsitellä, vaikka yleensä ne nähdään oleellisena osana yhteiskuntavastuuta. (Kettunen 2008, 205–209; Kiander 2006).

Tilastollisen mittauksen yhteydessä esiintyy aina jonkin verran virhettä. Otantaan sisältyy aina jonkin verran otannasta aiheutuvaa satunnaisvirhettä ja usein myös vastaajakadon aiheuttamaa vääristymää (Heikkilä 2014, 277). Tässä tutkielmassa käytettävässä aineistossa eläkeläiset ovat vastaajina yliedustettuina suhteessa todelliseen populaatioon. Tätä on pyritty korjaamaan analyysissä asettamalla jälkiositus-paino aineistoon. Lisäksi kvantitatiivista tutkimusta tehdessä numeraalisten tulosten ilmaisema ilmiöiden riippuvuussuhteiden tulkinta on keskeistä, ettei tutkimus jää pinnalliseksi (Jokivuori & Hietala 2007, 3, 27).

Flash Eurobarometrit ovat vakiomuotoista Eurobarometrejä suppeampia aineistoja. Aineiston etu on, että se on keskittynyt tutkittavaan kokonaisuuteen, joten tässä tapauksessa muuttujat käsittävät vain yritysten



yhteiskunnallisiin vaikutuksiin ja vastuullisuuteen liittyviä kokonaisuuksia. Aineiston tiukka raja-asettaa kuitenkin myös haastetta, koska muuttujien määrä on rajallinen. Esimerkiksi kysymykset, jotka olisivat kartoittaneet kansalaisten näkemyksiä demokratiasta, globalisaatiosta tai markkinataloudesta olisivat laajentaneet aineiston analysointimahdollisuuksia.

Aineistossa ei ole kysytty vastaajan koulutustasoa vaan sitä, minkä ikäisenä vastaaja lopetti päätoimisen opiskelun. Tutkielman keskittyessä Suomeen koulutusaste olisi ollut mielenkiintoinen selittävä tekijä. Koulutuksen päättymisikä ei kerro suoraan koulutusasteesta, koska eri ikäiset suomalaiset voivat suorittaa eri asteita.

Lisäksi aineiston kysymyksenasettelut eivät ole aivan linjassa keskenään. Osa aineiston kysymyksistä on muotoiltu puhuen yritysten vastuullisuudesta, esimerkiksi että kuinka vastuullisesti yritykset käyttäytyvät tai pyrkivät käyttäytymään. Osa kysymyksistä puhuu yritysten vaikutuksista, esimerkiksi kokonaisvaikutuksen suhteen kysytään suoraan myönteisyydestä tai kielteisyydestä. Eri kokonaisuuksien vertailu olisi mielekkäämpää, jos aineistossa olisi kysytty kaikki kysymykset joko vastuullisuuden suhteen tai suoraan vaikutusten suhteen. Erityisen haasteellista on, että 10 vuoden takaisen tilanteen vertailu on tehty eri mittarilla kuin tämän päivän yritysten kokonaisvaikutuksen arviointi. Lisäksi yritystoimintaan vaikuttavan johtavan tahon yhteydessä on kysytty: ”Yritysten toimintaan vaikuttavat monet eri tahot. Kenen pitäisi mielestänne ottaa johtava rooli yritystoimintaan vaikuttamisessa Suomessa?” Näin ollen kysymys ei ole aivan linjassa muiden kysymysten kanssa, koska sitä ei ole liitetty yritysten yhteiskunnallisiin vaikutuksiin tai vastuullisuuteen, vaan se koskee yritystoimintaan vaikuttamista ylipäätään.

Myöskin menetelmävalinnat ovat rajallisia aineiston kerääjän kysymysvaihtoehtovalintojen vuoksi. Tällä tarkoitetaan, että esimerkiksi yrityksiin vaikuttava johtava taho ja yritysten yhteiskuntaan tuottamat myönteiset ja kielteiset vaikutukset on kysytty vastaajilta niin, että he valitsevat enintään kolme tahoja ja vaikutusta. Tämä rajoittaa esimerkiksi  $\chi^2$ -riippumattomuustestin käyttöä ristiintaulukoinneissa.

## 7. ANALYYSI

### 7.1. Suomalaisten näkemys yritysten kokonaisvaikutuksesta yhteiskuntaan kansainvälisessä vertailussa

Koko kansainvälisessä aineistossa ihmiset näkevät yritysten yhteiskunnallisen kokonaisvaikutuksen niin, että 11 prosenttia vastaajista näkee yritysten yhteiskunnalliset vaikutukset hyvin myönteisinä, 52 prosenttia melko myönteisinä, 28 prosenttia melko kielteisinä ja 8 prosenttia hyvin kielteisinä.<sup>9</sup>

Suomalaisten näkemystä verrataan muihin maihin ristiintaulukoinnin avulla (taulukko 2). Taulukko on järjestetty ylhäältä alas myönteisimmin näkevistä kansalaisista kielteisimmin näkeviin kansalaisiin. Luokkia on kaksi: hyvin tai melko myönteinen sekä hyvin tai melko kielteinen. Tarkastellessa vastauksia neliluokkaisena, vastaukset sijoittuivat maittain tarkisteltuna eniten luokkaan ”melko myönteinen”. Tässä ja myöhemmissä tarkasteluissa on käytetty jälkiosituspainoa.

---

<sup>9</sup> Koska kyseessä ovat prosenttiosuudet aineiston kaikkien vastaajien yhteistuloksesta, tässä tarkastelussa on käytetty kaikista muista tarkasteluista poiketen painoa *Weight Extrapolated Population 15+*. Se painottaa tulokset vastaamaan koko tutkittavan populaation rakennetta. Sosiodemografisten tekijöiden lisäksi se ottaa esimerkiksi eri maiden väkiluvut huomioon. (Gesis 2016).

Taulukko 2. Kansalaisten näkemykset eri maissa yritysten kokonaisvaikutuksesta yhteiskuntaan (%).

Valtio	Hyvin tai melko myönteinen	Hyvin tai melko kielteinen
Tanska	89,6	10,4
Suomi	86,3	13,6
Brasilia	83,4	16,6
Viro	81,6	18,4
Ruotsi	79,1	20,8
Alankomaat	78,3	21,8
Luxemburg	75,6	24,4
Intia	74,1	25,9
Itävalta	73,3	26,7
Irlanti	70,0	29,9
Malta	68,6	31,4
Kiina	67,4	32,6
Portugali	67,1	32,9
Kypros	67,2	32,9
Latvia	63,8	36,3
Yhdysvallat	62,4	37,5
Puola	62,2	37,8
Turkki	61,4	38,6
Belgia	60,2	39,9
Iso-Britannia	58,9	41,2
Saksa	58,8	41,2
Liettua	58,0	42,0
Bulgaria	54,1	45,9
Espanja	53,9	46,2
Slovakia	52,8	47,2
Romania	52,5	47,5
Ranska	52,2	47,8
Israel	51,4	48,6
Unkari	46,1	53,9
Tšekki	45,5	54,4
Kreikka	39,9	60,1
Slovenia	39,1	60,9
Italia	39,0	61,0
Kroatia	26,1	73,9
Keskiarvo	61,8	38,2

N=30216

Taulukosta 3 nähdään, että suomalaiset suhtautuvat tutkittujen maiden kansalaisista tanskalaisten jälkeen toiseksi myönteisimmin yritysten kokonaisvaikutukseen yhteiskuntaan. Vertailussa Pohjoismaat eli

Suomi, Ruotsi ja Tanska sijoittuvat kaikki viiden positiivisimmin suhtautuvan maan joukkoon. Yhdysvallat, josta yhteiskuntavastuuajattelun katsotaan saaneen alkunsa, sijoittuu vertailun puolivälin tienoille. Kun tarkastellaan kielteisimmin suhtautuvia kansalaisia, huomataan, että alle puolet unkarilaisista, tšekkiläisistä, kreikkalaisista, slovenialaisista, italialaisista ja kroatialaisista näkee yritysten kokonaisvaikutuksen positiivisena. Kielteisempiä kansalaiset ovat Kroatiassa, jossa vain yksi neljästä näkee yritysten kokonaisvaikutuksen hyvin tai melko myönteisenä.

## 7.2. Suomalaisten näkemyksiin yritysten kokonaisvaikutuksesta vaikuttavia tekijöitä

Seuraavaksi syvennytään suomalaisten näkemysten ja niihin vaikuttavien tekijöiden tarkasteluun. Edellisessä alaluvussa todettiin, että suomalaisista jopa 86 prosenttia näkee yritysten kokonaisvaikutuksen hyvin tai melko myönteisenä ja vain 14 prosenttia hyvin tai melko kielteisenä. Tarkemmin analysoituna suomalaisista 15 prosenttia näkee yritysten yhteiskunnallisen kokonaisvaikutuksen hyvin myönteisenä, 72 prosenttia melko myönteisenä, 13 prosenttia melko kielteisenä ja vain alle prosentti hyvin kielteisenä. Kokonaisvaikutusta tarkastellaan seuraavissa tarkasteluissa kaksiluokkaisena: hyvin tai melko myönteinen ja hyvin tai melko kielteinen. Kaksiluokkaisuus supistaa vastausten kirjoa, mutta myös selkeyttää tarkastelua.

Seuraavaksi tarkastellaan, vaikuttaako vastaajan sosiodemografinen tausta hänen näkemykseensä yritysten kokonaisvaikutuksesta. Ensimmäiseksi tutkitaan ristiintaulukoinnilla, onko kansalaisen ammattiryhmällä tai työmarkkina-asemalla vaikutusta (taulukko 3.)

Taulukko 3. Ammattiryhmän tai työmarkkina-aseman vaikutus näkemykseen yritysten kokonaisvaikutuksesta yhteiskuntaan (%).

Ammattiryhmä tai työmarkkina-asema	Hyvin tai melko myönteinen	Hyvin tai melko kielteinen	Yht. (N)
Yrittäjä	92,2	7,2	100 (64)
Toimihenkilö	90,3	9,7	100 (207)
Työntekijä	88,7	11,3	100 (256)
Opiskelija	91,1	8,9	100 (123)
Työelämän ulkopuolella	78,7	21,3	100 (315)
$\chi^2$ : $p \leq 0,001$			

N=965

Taulukosta 3 nähdään, että ammatti- ja työmarkkina-aseman perusteella eritellyt ryhmät eroavat keskenään. Erot ovat tilastollisesti merkitseviä. Myönteisimpänä vaikutuksen näkevät yrittäjät (92 % näkee myönteisenä), opiskelijat (91 %) ja toimihenkilöt (90 %). Yrittäjistä, opiskelijoista ja toimihenkilöistä yli 10 prosenttiyksikköä enemmän näkee yritysten kokonaisvaikutuksen myönteisenä kuin työelämän ulkopuolella olevista.

Kun ryhmien sisäisiä eroja katsotaan tarkemmin, eri yrittäjä- ja toimihenkilöryhmien välillä ei ole juurikaan eroja suhtautumisessa (liitetaulukko 2). Yrittäjäryhmistä maatalous- ja pienyrittäjien ja akateemisten yrittäjien ja yrityksen omistajien ero on yhden prosenttiyksikön ja toimihenkilöistä johdon, ylempien ja alempien toimihenkilöiden erot ovat kahden prosenttiyksikön sisällä. Työelämän ulkopuolella olevista ryhmistä kodista huolehtivat näkevät kokonaisvaikutuksen myönteisemmin kuin eläkeläiset ja työttömät. Ero on reilu 10 prosenttiyksikköä.

Maaseudulla asuvista 82 prosenttia näkee kokonaisvaikutuksen hyvin tai melko myönteisenä (liitetaulukko 3). Osuus on hieman pienempi kuin pienessä tai keskisuuressa kaupungissa asuvien keskuudessa. Heistä 86 prosenttia näkee kokonaisvaikutuksen hyvin tai melko myönteisenä. Suuressa kaupungissa asuvista on kaikkein suurin prosenttiosuus (89 %) yritysten kokonaisvaikutuksen yhteiskuntaan hyvin tai melko myönteisesti näkeviä. Tulokset eivät kuitenkaan ole  $\chi^2$ -testin mukaan tilastollisesti merkitseviä ( $p=0,065$ ).

Sen sijaan ikäryhmä vaikuttaa tilastollisesti merkitsevästi ( $\chi^2$ :  $p \leq 0,001$ ) (liitetaulukko 4). Mitä nuorempaan ikäryhmään vastaajat kuuluvat, sitä suurempi osuus heistä näkee yritysten yhteiskuntaan tuottaman kokonaisvaikutuksen hyvin tai melko myönteisenä.

Myös opiskelun pituus näyttäisi vaikuttavan näkemykseen: 20-vuotiaana tai vanhempana kokopäiväisen opiskelun lopettaneista sekä paraikaa opiskelevista kokonaisvaikutuksen näkee hyvin tai melko myönteisenä 89 prosenttia (liitetaulukko 5). Sen sijaan korkeintaan 15-vuotiaana tai 16–19-vuotiaana opinnot lopettaneista pienemmät osuudet, 77 prosenttia ja 83 prosenttia, näkevät yritysten kokonaisvaikutuksen yhteiskuntaan hyvin tai melko myönteisenä.

Vastaajan kiinnostus yritysten vastuullisuutta kohtaan vaikuttaa hänen näkemykseensä yritysten yhteiskuntaan tuottamasta kokonaisvaikutuksesta tilastollisesti merkitsevästi (taulukko 4). Hieman yllättävästi ei lainkaan kiinnostuneiksi itsensä kokevat näkevät yritysten vaikutuksen myönteisimpänä, koska 93 prosenttia näkee kokonaisvaikutuksen hyvin tai melko myönteisenä. Sen sijaan hyvin kiinnostuneiksi

itsensä kokevista pienin osuus (79 %) näkee kokonaisvaikutuksen hyvin tai melko myönteisenä. Toisaalta ei lainkaan kiinnostuneita on vain hyvin pieni osuus, noin 3 prosenttia vastaajista. Melko kiinnostuneet ja melko vähän kiinnostuneet sijoittuvat prosenttiosuuksien perusteella näiden ryhmien väliin.

Taulukko 4. Vastuullisuudesta kiinnostuneisuuden vaikutus näkemykseen yritysten kokonaisvaikutuksesta yhteiskuntaan (%).

	Hyvin tai melko myönteinen	Hyvin tai melko kielteinen	Yht. (N)
Hyvin kiinnostunut	78,9	21,1	100 (204)
Melko kiinnostunut	88,7	11,3	100 (611)
Melko vähän kiinnostunut	85,6	14,4	100 (118)
Ei lainkaan kiinnostunut	93,1	6,9	100 (29)
$\chi^2$ : $p \leq 0,01$			

N=962

Myös sillä, että kansalainen kokee olevansa tietoinen yritysten vastuullisuudesta, näyttäisi olevan vaikutusta hänen näkemykseensä yritysten kokonaisvaikutuksesta yhteiskuntaan (taulukko 5). Kuten kiinnostuneisuuden suhteen, myös tässä tapauksessa ei lainkaan tietoiseksi itsensä kokevista huomattavasti suurempi osuus eli 92 prosenttia näkee kokonaisvaikutuksen hyvin tai melko myönteisenä kuin hyvin tai melko kielteisenä (8 %). Hyvin tietoiseksi itsensä kokevista pienempi osuus kuin muista, 72 prosenttia, näkee kokonaisvaikutuksen hyvin tai melko myönteisenä.

Taulukko 5. Vastuullisuudesta tietoisuuden vaikutus näkemykseen yritysten kokonaisvaikutuksesta yhteiskuntaan (%).

	Hyvin tai melko myönteinen	Hyvin tai melko kielteinen	Yht. (N)
Hyvin tietoinen	71,7	28,3	100 (46)
Melko tietoinen	85,4	14,6	100 (452)
Melko vähän tietoinen	88,6	11,4	100 (378)
Ei lainkaan tietoinen	92,0	8,0	100 (75)
$\chi^2$ : $p \leq 0,01$			

N=951

Tarkastelua syvennetään vielä logistisella regressioanalyysillä. Regressionanalyysin avulla tutkitaan, mitkä tekijät vaikuttavat kansalaisten näkemykseen yritysten kokonaisvaikutuksesta, kun mallin muut selittävät muuttujat on kontrolloitu. Kokonaisvaikutus on koodattu kahteen luokkaan (0 = hyvin tai melko kielteinen, 1 = hyvin tai melko myönteinen).

Muuttujien multikollineaarisuus eli selittävien muuttujien mahdollinen vahva korrelointi keskenään on testattu. Ideaalitapauksessa regressioanalyysissä selittävät muuttujat eivät korreloisi keskenään lainkaan.

Testaus tehdään, koska multikollisearisuudella voi olla vaikutusta mallin selitysvomaisuuteen ja selittävien muuttujien tilastolliseen merkitsevyyteen, yleensä negatiivisesti. SPSS-ohjelmalla testausta ei voi tehdä logistisen regressioanalyysin yhteydessä, mutta Fieldin (2009, 297–300) mukaan multikollineraarisuustestaus voidaan kuitenkin suorittaa ajamalla regressiomallin lineaarisen regression kautta. Tällöin tarkastellaan vain multikollinearisuutta mittaavia indeksejä eli *Variance inflation factor* (VIF) -arvoa ja toleranssiarvoa.

Testauksessa havaittiin, että mallissa saattaa olla jonkinasteinen ongelma selittävien muuttujien liiallisessa korreloinnissa keskenään. VIF-arvojen keskiarvo on selvästi yli 1 ( $A=3,365$ ). Koulutuksen päättymisikä -muuttujan luokan *opiskelee yhä* ja työmarkkina-asemamuuttujan luokan *opiskelija* toleranssiarvot ovat muita selittäviä tekijöitä matalammat (0,161 ja 0,144) ja VIF-arvot korkeammat kuin muut (6,212 ja 6,924). Lisäksi mallissa iän ja työmarkkina-aseman välillä on VIF- ja toleranssiarvojen mukaan yhteyttä. Jokivuoren ja Hietalan (2007, 50–51) mukaan toleranssi-arvon, joka lähenee arvoa 0,2 tai on sitä pienempi ja VIF-arvon, joka ylittää arvon 4 voidaan nähdä osoittavan multikollinearisuutta. Tällaisia lukemia osoittavan muuttujien mukanaoloa tulee heidän mukaansa harkita. Toisaalta testauksessa minkään muuttujan toleranssi-arvo ole alle 0,1 eikä VIF-arvo ole yli 10, joten erittäin vakavaa multikollinearisuusongelmaa ei mallissa luultavasti ole (Field 2009, 297).

Selittävien muuttujien keskinäistä yhteneväisyyttä jakaumissa on tarkasteltu multikollinearisuustestauksen ohella ristiintaulukoinneilla, ja tulokset ovat samankaltaisia molemmissa. Kokopäiväistä koulutuksen päättymisikää mittaavan muuttujan luokasta *opiskelee yhä* 86 prosenttia kuuluu työmarkkina-asemamuuttujan luokkaan *opiskelija*. Iän ja työmarkkina-aseman yhteydestä voidaan ristiintaulukoinnilla nähdä, että yli 55-vuotiaista suurin osa on työelämän ulkopuolella (71 %) ja 15–24-vuotiasta suurin osa on opiskelijoita (69 %). Kuitenkaan muut koulutuksen päättymisikä -muuttujan, työmarkkina-asema- ja ikä-muuttujien luokat eivät korreloi voimakkaasti keskenään, joten kaikki muuttujat jätetään malliin. Muuttujat on otettu malliin teoreettisen viitekehyksen perusteella, mikä puoltaa myös osaltaan niiden mallissa pitämistä (ks. esim. Jokivuori & Hietala 2007, 67).<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Tässä yhteydessä testattiin mallin jakaminen kahteen osaan. Toisessa on mukana koulutus-muuttuja ja toisessa ammattiryhmä-muuttuja. Tilastollisesti merkittävät tulokset ovat kahta mallia tulkitessa samat, kuin mallissa, joka sisältää kaikki muuttujat yhtä poikkeusta lukuun ottamatta. Kahden mallin versiossa ammattiryhmä-muuttujassa myös luokka opiskelija on tilastollisesti merkitsevä niin, että se pienentää todennäköisyyttä nähdä yritysten kokonaisvaikutus yhteiskuntaan myönteisesti ( $OR=0,146, p\leq 0,01$ ).

Lisäksi multikollineaarisuusongelma on joka tapauksessa vaikea ratkaista, eikä yksiselitteisiä suosituksia ratkaisusta ole (Field 2009, 297–300). Sama multikollineaarisuustestaus on tehty myös muihin tutkielman logistisiin regressioanalyysiin ja luvut ovat hyvin vastaavia, joten niitä ei käsitellä erikseen.

Logistisen regression (taulukko 6) ensimmäisessä mallissa selittävinä muuttujina ovat sosiodemografiset tekijät, eli tässä tapauksessa sukupuoli, ikäryhmä, asuinpaikka ja kokopäiväisen koulutuksen päättymisikä. Kaikki selittävät muuttujat ovat luokitteluasteikollisia, joten ne on dummy-koodattu. Dummy-muuttujien referenssikategoriat on esitetty kunkin muuttujan kohdalla suluissa, esimerkiksi sukupuolen kohdalla mies on koodattu arvolle 0 ja nainen arvolle 1. Ensimmäisen mallin pseudoselityssaste Nagelkerke  $R^2$  on 0,082.

Toisessa mallissa ovat sosiodemografiset muuttujat täydennettynä ammattiryhmällä tai työmarkkina-aseamalla. Tämä on luokitteluasteikollinen dummy-koodattu muuttuja, jonka arvot ovat yrittäjä, toimihenkilö, työntekijä, opiskelija ja työelämän ulkopuolella oleva. Referenssikategoria on yrittäjä. Mallin pseudoselityssaste nousee hieman (0,097) verrattuna vain sosiodemografiset muuttujat sisältävään malliin.

Kolmannessa mallissa ovat kontrollimuuttujina mukana myös vastaajan kiinnostus yritysten yhteiskunnallisia vaikutuksia kohtaan ja kokemus vastaajan omasta tietämyksestä yritysten yhteiskunnallisista vaikutuksista. Luokat on koodattu kaksiluokkaiseksi kiinnostunut ja ei kiinnostunut sekä tietoinen ja ei tietoinen. Näiden muuttujien mukaan ottaminen nostaa mallin pseudoselityssastetta edelleen (0,107).

Logistisen regression yhteydessä tarkasteltiin poikkeavia havaintoja eli residuaaleja, koska poikkeavat havainnot voivat vääristää mallia. Regressiomallissa ei havaittu sellaista määrää poikkeavia havaintoja, että ne vaikuttaisivat malliin.



Taulukko 6. Henkilön taustan vaikutus näkemykseen yritysten yhteiskunnallisesta kokonaisvaikutuksesta (0 = hyvin tai melko kielteinen, 1 = hyvin tai melko myönteinen). Logistinen regressio (OR).

	Malli I	Malli II	Malli III
<b>Vakio</b>	34,423***	96,058***	116,691***
<b>Sukupuoli (ref. mies)</b>			
Nainen	0,918	0,971	0,876
<b>Ikä (ref. ≥15–24-vuotiaat)</b>			
25–39-vuotiaat	0,318*	0,309*	0,287*
40–54-vuotiaat	0,146***	0,130***	0,126***
≥55-vuotiaat	0,115***	0,135***	0,131***
<b>Asuinpaikka (ref. Suuri kaupunki)</b>			
Maaseutu	0,646	0,595 <sup>11</sup>	0,586*
Pieni- tai keskisuuri kaupunki	0,747	0,739	0,728
<b>Kokopäiväisen koulutuksen päättymisikä (ref. ≤15-vuotiaana)</b>			
16–19-vuotiaana	1,251	1,147	1,187
≥20-vuotiaana	2,002*	1,731	1,804 <sup>12</sup>
Opiskelee yhä	0,514	0,404	0,366
<b>Työmarkkina-asema tai ammattiryhmä (ref. yrittäjä)</b>			
Toimihenkilö		0,496	0,472
Työntekijä		0,398	0,370
Opiskelija		0,460	0,445
Työelämän ulkopuolella		0,285*	0,271*
<b>Kiinnostus yritysten yhteiskunnallisia vaikutuksia kohtaan (ref. ei kiinnostunut)</b>			
Kiinnostunut			1,323
<b>Kokemus omasta tietämyksestä yritysten yhteiskunnallisista vaikutuksista (ref. ei tietoinen)</b>			
Tietoinen			0,598*
<b>Selitysaste</b>			
-2 Log Likelihood	707,076	699,131	693,385
Nagelkerke R <sup>2</sup>	0,082	0,097	0,107
N=938			
Waldin testin merkitsevyystasot: *p≤0,05, **p≤0,01, ***p≤0,001			

Logistisen regressioanalyysin perusteella nähdään, ettei sukupuoli vaikuta suomalaisen näkemykseen yritysten kokonaisvaikutuksesta yhteiskuntaan tilastollisesti merkittävästi (OR=0,876, p=0,516). Sen sijaan korkeampi ikä vaikuttaa kielteisesti. 25–39-vuotiaat (OR=0,287\*), 40–54-vuotiaat (OR=0,126\*\*\*)

<sup>11</sup> Merkitsevyystaso: p≤0,055.

<sup>12</sup> Merkitsevyystaso: p≤0,055.

ja 55-vuotiaat ja sitä vanhemmat ( $OR=0,131^{***}$ ) näkevät todennäköisemmin yritysten kokonaisvaikutuksen kielteisenä kuin 15–24-vuotiaat.

Myös asuinpaikka vaikuttaa kolmannessa mallissa tilastollisesti merkitsevästi. Verrattuna suurissa kaupungeissa asuviin maaseudulla asuvilla on suurempi todennäköisyys nähdä yritysten kokonaisvaikutus yhteiskuntaan kielteisenä ( $OR=0,586^*$ ). Pienessä tai keskisuuressa kaupungissa asuvien ja suuressa kaupungissa asuvien näkemyksissä ei ole tilastollisesti merkitsevää eroa ( $OR=0,728$ ,  $p=0,205$ ).

Vastaajan korkeampi koulutus saattaa lisätä todennäköisyyttä nähdä yritysten yhteiskuntaan tuottama kokonaisvaikutus hyvin tai melko myönteisenä. 20-vuotiaana tai vanhempana opiskelun lopettaneiden todennäköisyys ( $OR=1,804$ ,  $p\leq 0,055$ ) nähdä yritysten kokonaisvaikutus myönteisenä on suurempi kuin korkeintaan 15-vuotiaana opiskelun lopettaneilla. Tämä tulos on lähes tilastollisesti merkitsevä, sillä riski otantasattumaan on alle 5,5 prosenttia. Lisäksi mallissa I tulos on tilastollisesti merkitsevä. Sen sijaan 15-vuotiaana ja 16–19-vuotiaana ( $OR=1,187$ ,  $p=0,586$ ) opiskelun lopettaneiden välillä ei ole tilastollisesti merkitsevää eroa. Myöskään 15-vuotiaana opinnot lopettaneiden ja yhä opiskelevien välillä ei ole eroa ( $OR=0,366$ ,  $p=0,151$ ).

Ammatti- ja työmarkkina-asemaryhmistä yrittäjät näkivät ristiintaulukoinnin mukaan (taulukko 3) yritysten yhteiskunnallisen kokonaisvaikutuksen myönteisimmin ja työelämän ulkopuolella olevat kielteisimmin. Logistinen regressioanalyysi antaa samansuuntaisia tuloksia. Työelämän ulkopuolella olevilla on regressioanalyysin mukaan selvästi suurempi taipumus nähdä yritysten yhteiskunnalliset vaikutukset kielteisinä kuin yrittäjillä ( $OR=0,271^*$ ). Myös muihin ryhmiin – toimihenkilöihin, työntekijöihin tai opiskelijoihin – kuulumisen pienentää todennäköisyyttä nähdä yritysten kokonaisvaikutus hyvin tai melko myönteisenä, mutta näiden ryhmien kohdalla ero yrittäjiin ei ole tilastollisesti merkitsevä.

Kiinnostus yritysten yhteiskunnallista vastuullisuutta kohtaan ei vaikuta tässä mallissa käsitykseen yritysten yhteiskunnallisesta kokonaisvaikutuksesta ( $OR=1,323$ ,  $p=0,343$ ). Sen sijaan vastaajan oma kokemus siitä, että on tietoinen yritysten vastuullisuudesta nostaa todennäköisyyttä kokea yritysten kokonaisvaikutus yhteiskuntaan hyvin tai melko kielteisinä ( $OR=0,598^*$ ).

Yritysten kokonaisvaikutuksen lisäksi tässä yhteydessä tarkastellaan vielä, suomalaisten näkemyksiä yritysten nykyisestä vastuullisuudesta verrattuna 10 vuoden takaiseen tilanteeseen. Kysyttäessä asiasta 46 prosenttia suomalaisista katsoo, että yritykset kiinnittävät yhteiskunnallisiin vaikutuksiinsa paljon tai hieman enemmän huomiota kuin 10 vuotta sitten, 16 prosenttia katsoo, että saman verran ja 38 prosenttia että paljon tai hieman vähemmän.

Näkemykseen nykytilanteesta verrattuna 10 vuoden takaiseen tilanteeseen näyttäisi vaikuttavan vastaajan työmarkkina-asema (taulukko 7). Opiskelijoista suhteessa suurin osuus näkee, että yritykset kiinnittävät enemmän (57 %) tai yhtä paljon (28 %) huomiota yhteiskunnallisiin vaikutuksiinsa kuin 10 vuotta sitten. Toisiksi myönteisimpiä ovat yrittäjät. Heistä reilu puolet näkee yritysten kiinnittävän enemmän huomiota vaikutuksiinsa kuin ennen ja 17 prosenttia näkee yritysten kiinnittävän huomiota saman verran kuin ennen. Kriittisimmin suhtautuvat työelämän ulkopuolella olevat. Heistä 47 prosentti katsoo, että yritykset kiinnittävät vähemmän huomiota kuin aiemmin, 12 prosenttia saman verran kuin aiemmin ja vain 41 prosenttia yritysten kiinnittävän enemmän huomiota kuin aiemmin.

Taulukko 7. Ammattiryhmän tai työmarkkina-aseman vaikutus näkemykseen siitä, kuinka paljon yritykset kiinnittävät huomiota yhteiskunnallisiin vaikutuksiinsa verrattuna 10 vuoden takaiseen tilanteeseen (%).

Ammattiryhmä tai työmarkkina-asema	Paljon tai hieman enemmän	Saman verran	Paljon tai hieman vähemmän	Yht. (N)
Yrittäjä	51,6	17,2	31,3	100 (64)
Toimihenkilö	49,0	14,7	36,3	100 (204)
Työntekijä	44,6	16,9	38,6	100 (249)
Opiskelija	57,1	27,6	15,3	100 (98)
Työelämän ulkopuolella	41,2	12,1	46,7	100 (306)
$\chi^2$ : $p \leq 0,001$				

N=921

Työmarkkina-asemaryhmien sisäiset erot eivät ole kovin merkittäviä (liitetaulukko 6). Suurimpana ryhmän sisäisenä erona on, että maatalous- ja pienyrittäjistä noin 20 prosenttiyksikköä suurempi osuus (65 %) kuin akateemisista yrittäjistä ja yrityksen omistajista (46 %) näkee yritysten kiinnittävän enemmän huomiota yhteiskunnallisiin vaikutuksiinsa kuin 10 vuotta sitten. Verrattuna kaikkiin muihin työmarkkina-asemaryhmiin, eläkeläisistä pienin osuus (39 %) näkee yritysten kiinnittävän huomiota enemmän ja suurin osuus (49 %) vähemmän kuin ennen.

Seuraavaksi tarkastellaan vielä multinomiaalisella regressioanalyysillä, mitkä tekijät vaikuttavat vastaajan näkemykseen yritysten vastuullisuudesta verrattuna 10 vuoden takaiseen (liitetaulukko 7). Tässä tapauksessa tarkastellaan, mitkä tekijät lisäävät tai vähentävät todennäköisyyttä nähdä yritysten kiinnittävän vastuullisuuteensa *paljon tai hieman enemmän* tai *saman verran* huomiota verrattuna 10 vuoden takaiseen tilanteeseen sen sijaan että vastaaja näkisi yritysten kiinnittävän vastuullisuuteen *paljon tai*

*hieman vähemmän* huomiota kuin 10 vuotta sitten. Toisin sanoen huomion kiinnittäminen vähemmän toimii siis aina referenssikategoriana. Regressiomallin pseudoselityssaste on 0,119.

Ensin käydään läpi, mitkä tekijät vaikuttavat siihen, että suomalainen näkee yritysten kiinnittävän vastuullisuuteensa saman verran huomiota kuin 10 vuotta sitten – verrattuna siis siihen, että vastaaja näkisi yritysten kiinnittävän vähemmän huomiota kuin 10 vuotta sitten. Suurin osa mallin selittävistä tekijöistä ei vaikuta tilastollisesti merkitsevästi saman verran näkemiseen. Vain kaksi tekijää vaikuttavat, kumpikin niin, että ne lisäävät vastaajan todennäköisyyttä nähdä yritysten kiinnittävän vähemmän huomiota kuin 10 vuotta sitten. Jos vastaaja kuuluu 40–54-vuotiaiden ikäryhmään ( $OR=0,318^*$ ) verrattuna 15–24-vuotiaisiin, hän näkee todennäköisemmin yritysten kiinnittävän vähemmän huomiota vastuullisuuteensa kuin 10 vuotta sitten, eikä saman verran. Toinen samaan suuntaan vaikuttava tilastollisesti merkitsevä selittävä tekijä on työelämän ulkopuolella oleminen ( $OR=0,371^*$ ) verrattuna yrittäjänä olemiseen. Tämä tarkoittaa, että työelämän ulkopuolella olevilla on yrittäjiä suurempi taipumus nähdä yritysten kiinnittävän vähemmän huomiota kuin ennen verrattuna siihen, että näkisi niiden kiinnittävän saman verran huomiota kuin ennen.

Toiseksi tarkastellaan sitä, mitkä tekijät vaikuttavat suomalaisen todennäköisyyteen nähdä yritysten pyrkivän kiinnittävän paljon tai hieman enemmän huomiota yhteiskunnallisiin vaikutuksiinsa kuin 10 vuotta sitten. Tätä verrataan koko ajan siihen, että suomalainen näkisi yritysten kiinnittävän paljon tai hieman vähemmän huomiota vastuullisuuteensa kuin 10 vuotta sitten.

Naisten taipumus nähdä yritysten kiinnittävän nykypäivänä enemmän enemmän kuin vähemmän huomiota vastuullisuuteensa verrattuna 10 vuoden takaiseen tilanteeseen on suurempi kuin miesten ( $OR=1,670^{***}$ ).

Ikä vaikuttaa niin, että 40–54-vuotiaat ( $OR=0,356^{**}$ ) ja 55-vuotiaat ja sitä vanhemmat ( $OR=0,370^*$ ) näkevät todennäköisemmin yritysten kiinnittävän nykyisin vähemmän huomiota yhteiskunnallisiin vaikutuksiinsa kuin nuorin ikäryhmä 15–24-vuotiaat. Nuorimman ja toiseksi nuorimman ikäryhmän eli 25–39-vuotiaiden välillä ei ole tilastollisesti merkitsevää eroa ( $OR=0,865$ ,  $p=0,708$ ). Kokopäiväisen koulutuksen päättymisiällä ei ole tilastollisesti merkitsevää vaikutusta tässä mallissa.

Maaseudulla ( $OR=0,544^{**}$ ) ja pienessä tai keskisuuressa kaupungissa asuvat ( $OR=0,642^*$ ) näkevät suurella kaupungissa asuvia todennäköisemmin yritysten kiinnittävän enemmän vähemmän kuin enemmän huomiota yhteiskunnallisiin vaikutuksiinsa kuin 10 vuotta sitten.

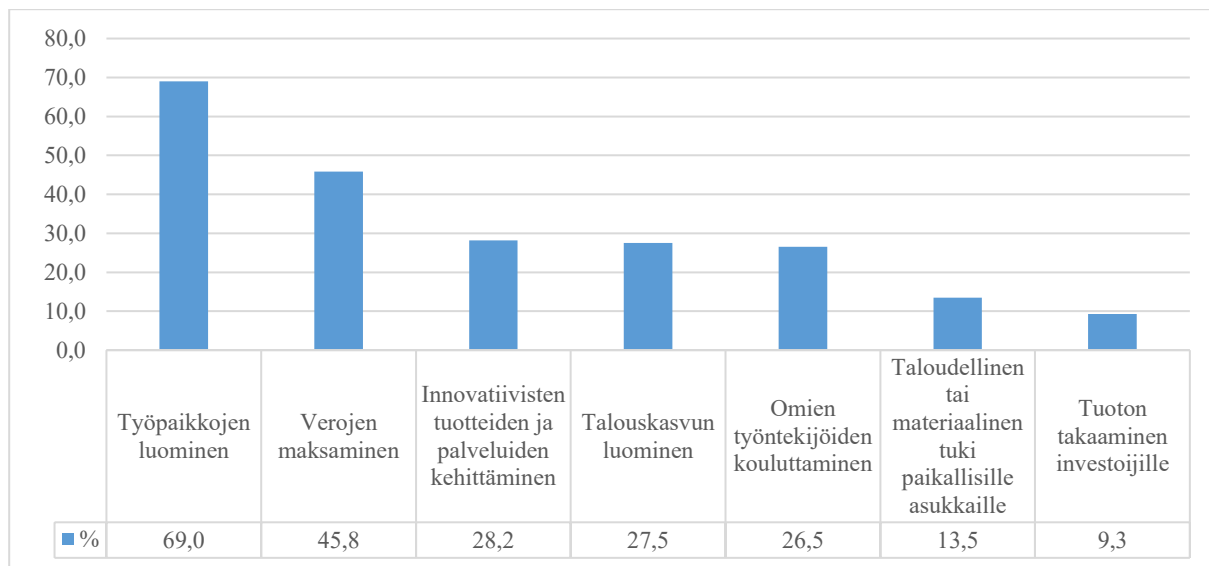
Työmarkkina-asemallakin on merkitystä. Opiskelijoiden ( $OR=1,698$ ,  $p=0,427$ ) ja yrittäjien välillä ei ole tilastollisesti merkitsevää eroa näkemyksessä yritysten vastuullisuudesta verrattuna 10 vuoden takaiseen. Sen sijaan toimihenkilöt ( $OR=0,489^*$ ), työntekijät ( $OR=0,446^*$ ) ja työelämän ulkopuolella olevat ( $OR=0,449^*$ ) näkevät yrittäjiä todennäköisemmin yritysten kiinnittävän enemmän vähemmän kuin enemmän huomiota yhteiskunnallisiin vaikutuksiinsa kuin 10 vuotta sitten.

Vastaajan kiinnostuksella ja tietämyksellä yritysten vastuullisuudesta ei ole tilastollisesti merkitsevää vaikutusta näkemykseen siitä, miten yritykset kiinnittävät huomiota vastuullisuuteensa verrattuna 10 vuoden takaiseen tilanteeseen.

### **7.3. Suomalaisen näkemykset yritysten myönteisistä ja kielteisistä vaikutuksista yhteiskuntaan**

Analyysin kolmannessa osiossa tarkastellaan, mitkä tekijät vaikuttavat suomalaisten näkemyksiin yritysten yhteiskuntaan tuottamista myönteisistä ja kielteisistä vaikutuksista. Ensin tarkastellaan myönteisiä ja toiseksi kielteisiä vaikutuksia. Vastaaja on maininnut hänelle esitetyistä vaikutuksista enintään kolme myönteistä ja enintään kolme kielteistä merkittävimpänä pitämäänsä vaikutusta.

Kuviosta 2 nähdään, että suomalaiset ovat maininneet työpaikkojen luomisen useimmiten keskeisenä myönteisenä vaikutuksena, verojen maksamisen toiseksi useimmiten ja innovatiivisten tuotteiden ja palveluiden kehittämisen kolmanneksi useimmiten. Reilu neljäsosa vastaajista on maininnut talouskasvun luomisen ja omien työntekijöiden kouluttamisen. Harvimminkin suomalaiset ovat korostaneet paikallisten asukkaiden tukemista ja tuoton takaamista investoijille.



Kuvio 2. Suomalaisten näkemys yritysten myönteisiä vaikutuksia yhteiskuntaan (% vastaajista maininnut vaikutuksen, yksi vastaaja on maininnut enintään kolme merkittävimpänä pitämäänsä vaikutusta).

Seuraavaksi tarkastellaan sitä, vaikuttaako vastaajan tausta hänen näkemykseensä myönteisistä vaikutuksista (taulukko 8). Tarkasteluissa ei käytetä  $\chi^2$ -merkitsevyystestiä, koska jokainen myönteinen ja kielteinen vaikutus on aineistossa oma muuttujansa. Tarkastelut on tehty erikseen jokaisen muuttujan kohdalla ja yhdistetty sitten samaan taulukkoon. Taulukossa olevat prosenttiluvut kuvaavat sitä, kuinka suuri osa kyseiseen työmarkkina-asemaryhmään kuuluvista vastaajista on maininnut kyseisen vaikutuksen yhdeksi tärkeimmäksi vaikutukseksi.

Taulukko 8. Ammattiryhmän tai työmarkkina-aseman vaikutus näkemykseen yritysten tärkeimmistä myönteisistä vaikutuksista yhteiskuntaan (% ammattiryhmästä maininnut kyseisen vaikutuksen, yksi vastaaja on maininnut enintään kolme merkittävimpänä pitämäänsä vaikutusta).

Ammattiryhmä tai työmarkkina-asema	Työpaikkojen luominen	Verojen maksaminen	Innovaatioiden kehittäminen	Talouskasvun luominen	Työntekijöiden koulutus	Tuki paikallisille asukkaille	Tuotto investoijille
Yrittäjä	76,9	47,7	27,7	34,8	20,0	13,8	12,1
Toimihenkilö	80,0	54,5	37,3	31,4	20,6	11,4	9,1
Työntekijä	65,9	43,4	21,7	28,6	31,1	14,6	12,4
Opiskelija	65,6	41,9	41,1	29,6	25,0	15,2	1,6
Työelämän ulkopuolella	64,4	43,5	22,5	22,2	28,2	13,3	9,2

N=1005

Erot ammatti- ja työmarkkina-asemaryhmien välillä eivät ole suuria. Toimihenkilöt ja yrittäjät mainitsivat työpaikkojen luomisen ja verojen maksamisen yritysten tärkeinä myönteisinä vaikutuksina hieman

yleisemmin kuin muut ryhmät. Innovatiivisten tuotteiden ja palveluiden kehittämisen on opiskelijoista maininnut yli 40 prosenttia ja toimihenkilöistä 37 prosenttia, mutta vain reilut 20 prosenttia työntekijöistä ja työelämän ulkopuolella olevista. Myös talouskasvun luominen saa vähemmän mainintoja työelämän ulkopuolisilta kuin muilta ryhmiltä. Tuoton investoijille ovat maininneet useimmiten yrittäjät ja työntekijät (12 %) ja harvimminkin opiskelijat, joista vain 2 prosenttia on maininnut tämän vaikutuksen.

Verojen maksun suhteen toimihenkilöiden ja työelämän ulkopuolisten sisäiset ryhmät eroavat toisistaan: johtajista ja päälliköistä verojen maksun myönteisenä vaikutuksena on maininnut vain 37 prosenttia, mutta muista toimihenkilöistä yli 60 prosenttia (liitetaulukko 8). Työelämän ulkopuolisista kodista huolehtijat mainitsevat verojen maksun noin 80 prosenttisesti, mutta eläkeläiset ja työttömät vain noin 40 prosenttisesti. Lisäksi kodista huolehtijat mainitsevat työttömiä ja eläkeläisiä noin 20–25 prosenttiyksikköä useammin työpaikkojen luomisen ja paikallisten asukkaiden tukemisen. Muilta osin myönteisten vaikutusten suhteen työmarkkina-asemaryhmien sisäiset erot eivät vaikuta suurilta.

Seuraavaksi tarkastellaan logistisilla regressioanalyysillä, mitkä tekijät lisäävät tai vähentävät kansalaisten alttiutta mainita tietty myönteinen vaikutus, kun mallin kaikki muuttujat on kontrolloitu. Jokaisesta myönteisestä vaikutuksesta on tehty yksi kerrallaan oma regressioanalyysinsä. Logististen regressioiden mallit on rakennettu samalla tavalla kuin edellisen alaluvun logistinen regressio. Ensimmäisessä mallissa selittävinä muuttujina ovat sosiodemografiset tekijät, toisessa mallissa ovat sosiodemografiset tekijät täydennettynä ammattiryhmällä tai työmarkkina-asemalla ja kolmannessa mallissa ovat mukana myös vastaajan kiinnostus yritysten yhteiskunnallisia vaikutuksia kohtaan ja kokemus omasta tietämyksestä yritysten yhteiskunnallisista vaikutuksista. Vaikutuksen maininta saa jokaisessa mallissa arvon 1 ja mainitsematta jättäminen arvon 0.

Kolmen eniten mainitun myönteisen vaikutuksen mallien III vertailutaulukko löytyy seuraavalta sivulta (taulukko 9).

Taulukko 9. Henkilön taustan vaikutus yritysten myönteisen vaikutuksen mainintaan (vain Malli III) (0 = vaikutusta ei mainittu, 1 = vaikutus mainittu). Logistiset regressiot (OR).

	Työpaikkojen luominen Malli III	Verojen maksu Malli III	Innovaatioiden kehittäminen Malli III
<b>Vakio</b>	0,952	0,383*	0,161***
<b>Sukupuoli (ref. mies)</b>			
Nainen	1,173	1,096	1,264
<b>Ikä (ref. 15–24-vuotiaat)</b>			
25–39-vuotiaat	2,019*	1,678	1,058
40–54-vuotiaat	1,846	1,624	1,135
≥55-vuotiaat	1,139	1,463	0,704
<b>Asuinpaikka (ref. Suuri kaupunki)</b>			
Maaseutu	1,587*	0,862	0,690
Pieni- tai keskisuuri kaupunki	1,168	0,838	0,851
<b>Kokopäiväisen koulutuksen päättymisikä (ref. ≤15-vuotiaana)</b>			
16–19-vuotiaana	1,250	1,532	1,032
≥20-vuotiaana	1,421	1,570 <sup>13</sup>	1,742 <sup>14</sup>
Opiskelee yhä	5,296**	1,378	0,743
<b>Ammattiryhmä (ref. yrittäjä)</b>			
Toimihenkilö	1,168	1,259	1,077
Työntekijä	0,604	0,862	0,700
Opiskelija	0,246*	1,234	3,310*
Työelämän ulkopuolella	0,778	0,962	0,976
<b>Kiinnostus yritysten yhteiskunnallisia vaikutuksia kohtaan (ref. ei kiinnostunut)</b>			
Kiinnostunut	1,304	1,109	1,639*
<b>Kokemus omasta tietämyksestä yritysten yhteiskunnallisista vaikutuksista (ref. ei tietoinen)</b>			
Tietoinen	0,891	0,974	1,553**
<b>Selitysaste</b>			
-2 Log Likelihood	1164,435	1331,688	1106,192
Nagelkerke R <sup>2</sup>	0,070	0,028	0,094
N=973			
Waldin testin merkitsevyystasot: *p≤0,05, **p≤0,01, ***p≤0,001			

<sup>13</sup> Merkitsevyystaso: p≤0,055.

<sup>14</sup> Merkitsevyystaso: p≤0,055.



Suomalaiset mainitsevat useimmiten yritysten myönteiseksi vaikutukseksi yhteiskuntaan työpaikkojen luomisen. Taulukosta 9 nähdään, että logistisen regression mukaan tilastollisesti merkitsevästi tämän vaikutuksen yhtenä tärkeimpänä pitämiseen vaikuttavat ikä, asuinpaikka ja opiskelu. Muut tekijät eivät vaikuta tilastollisesti merkitsevästi. Mallin pseudoselitysaste on 0,070.

Tilastollisesti merkitsevät tekijät vaikuttavat niin, että 25–39-vuotiaiden todennäköisyys ( $OR=2,019^*$ ) nähdä työpaikkojen luonti yhtenä merkittävimpänä vaikutuksena on noin kaksi kertaa suurempi kuin 15–24-vuotiailla. Nuorimman ikäryhmän ja kahden vanhimman ikäryhmän näkemysten välillä sen sijaan ei ole tilastollisesti merkitsevää eroa.

Maaseudulla asuminen verrattuna suuressa kaupungissa asumiseen lisää todennäköisyyttä nähdä työpaikkojen luonti yritysten yhtenä merkittävimpänä myönteisenä vaikutuksena ( $OR=1,587^*$ ). Pienessä tai keskisuuressa kaupungissa asuvien ja suuressa kaupungissa asuvien välillä ei ole tilastollisesti merkitsevää eroa ( $OR=1,168$ ,  $p=0,349$ ).

Jos vastaaja opiskelee parhaillaan siihen verrattuna, että hän olisi lopettanut opiskelun enintään 15-vuotiaana, hänen todennäköisyytensä mainita työpaikkojen luonti yli viisinkertaistuu ( $OR=5,296^{**}$ ). Toisaalta ammattiryhmistä katsottuna opiskelijoiden todennäköisyys ( $OR=0,246^*$ ) mainita tämä vaikutus on pienempi kuin yrittäjien. Muilta osin koulutuksen kesto tai työmarkkina-asema eivät vaikuta tilastollisesti merkitsevästi.

Toiseksi useimmiten suomalaiset ovat maininneet myönteisenä vaikutuksena verojen maksun. Verojen maksun suhteen selittävät muuttujat eivät anna tilastollisesti merkitseviä tuloksia, joten näyttäisi siltä, että taustalla ei juurikaan ole merkitystä sen suhteen, pitääkö kansalainen verojen maksua yhtenä yritysten tärkeimmistä myönteisimmistä vaikutuksista. Vain yksi selittävä tekijä on tilastollisesti lähes merkitsevä kolmannessa mallissa. 20-vuotiaana tai vanhempana opiskelun päättäneiden todennäköisyys (MI:  $OR=1,690^*$ , MII:  $OR=1,589^*$ , MIII:  $OR=1,570^{15}$ ) on suurempi mainita verojen maksu kuin 15-vuotiaana tai nuorempana opiskelun päättäneillä. Mallin pseudoselitysaste on 0,028.

Kolmanneksi eniten myönteisistä vaikutuksista suomalaiset mainitsevat innovatiivisten tuotteiden ja palveluiden kehittämisen. Tämän vaikutuksen mainintaan vaikuttavien tekijöiden regressiomalli saa jonkin verran paremman pseudoselitysasteen (0,094) kuin kaksi edellä esitettyä mallia. Innovaatioiden mainintaan näyttäisi vaikuttavan opiskelijana toimiminen, kiinnostus yritysten yhteiskunnallisia vaikutuksia

---

<sup>15</sup> Merkitsevyystaso:  $p \leq 0,055$ .

kohtaan ja kokemus omasta tietämyksestä yritysten yhteiskunnallisista vaikutuksista. Nämä tekijät vaikuttavat niin, että työmarkkina-asemista opiskelijoiden ( $OR=3,310^*$ ) todennäköisyys mainita innovaatiot yhtenä yritysten merkittävimpänä myönteisenä vaikutuksena on suurempi kuin yrittäjillä. Myös riskiintaulukointi aiemmin osoitti, että opiskelijat mainitsevat tämän vaikutuksen muita ryhmiä useammin. Muiden työmarkkina-asemaryhmien ja yrittäjien välillä ei ole tilastollisesti merkitsevää eroa.

Kiinnostus ( $OR=1,639^*$ ) ja tietoisuus ( $OR=1,553^{**}$ ) siitä, miten yritykset osoittavat vastuullista käytöstä yhteiskuntaa kohtaan, nostavat suomalaisen todennäköisyyttä mainita innovaatiot. Lisäksi yli 20-vuotta opiskelleet mainitsevat lähes tilastollisesti merkitsevä innovaatioiden merkityksen useammin kuin korkeintaan 15-vuotta opiskelleet (MI:  $OR=1,908^*$ , MII:  $OR=1,894^*$ , MIII:  $OR=1,742^{16}$ ). Muuten opiskelujen lopettamisikä ei vaikuta tilastollisesti merkitsevästi.

Seuraavaksi siirrytään neljän vähiten mainitun yritysten yhteiskuntaan tuottaman vaikutuksen tarkasteluun. Näiden vähemmän mainittujen vaikutusten regressiotaulukoita ei ole liitetty tutkielmaan näkyville, koska selitysasteet jäävät useassa pieniksi, kun tarkastellun vaikutuksen on maininnut vastaajista vain 9 % – 28 %. Esitetyt tulokset koskevat kolmansien mallien ristitulosuhteita.

Talouskasvun luomisen on maininnut yhtenä yritysten myönteisimpänä vaikutuksena vajaa kolmasosa vastaajista. Kun tarkastellaan tämän mainintaan vaikuttavia tekijöitä logistisella regressiolla, mallin III pseudoselitysaste on 0,030. Tilastollisesti merkitsevästi vaikuttavat vain asuinpaikka ja se, jos vastaaja ei ole työelämässä. Asuinpaikka vaikuttaa niin, että maaseudulla ( $OR=0,681^*$ ) ja pienessä tai keskisuurissa kaupungissa ( $OR=0,702^*$ ) asuvien todennäköisyys mainita talouskasvu on pienempi kuin suuressa kaupungissa asuvilla. Myös työelämän ulkopuolella olevien todennäköisyys mainita talouskasvu on pienempi ( $OR=0,498^*$ ), kun heitä verrataan yrittäjiin. Muut tekijät eivät vaikuta tilastollisesti merkitsevästi.

Paikallisten asukkaiden tukemisen mainitsemisen todennäköisyyttä nostaa logistisen regression mukaan tilastollisesti merkitsevästi asuinpaikka pienessä tai keskisuurissa kaupungissa ( $OR=1,730^*$ ) verrattuna suureen kaupunkiin. Myös opiskelutausta vaikuttaa, koska 20-vuotiaana tai vanhempana lopetettu opiskelu ( $OR=2,421^*$ ) tai yhä opiskeleminen ( $OR=7,260^{**}$ ) lisäävät taipumusta mainita tämä vaikutus verrattuna niihin, jotka ovat lopettaneet opiskelun korkeintaan 15-vuotiaana. Muut selittävät tekijät eivät vaikuta tilastollisesti merkitsevästi. Tämän mallin pseudoselitysaste on 0,036.

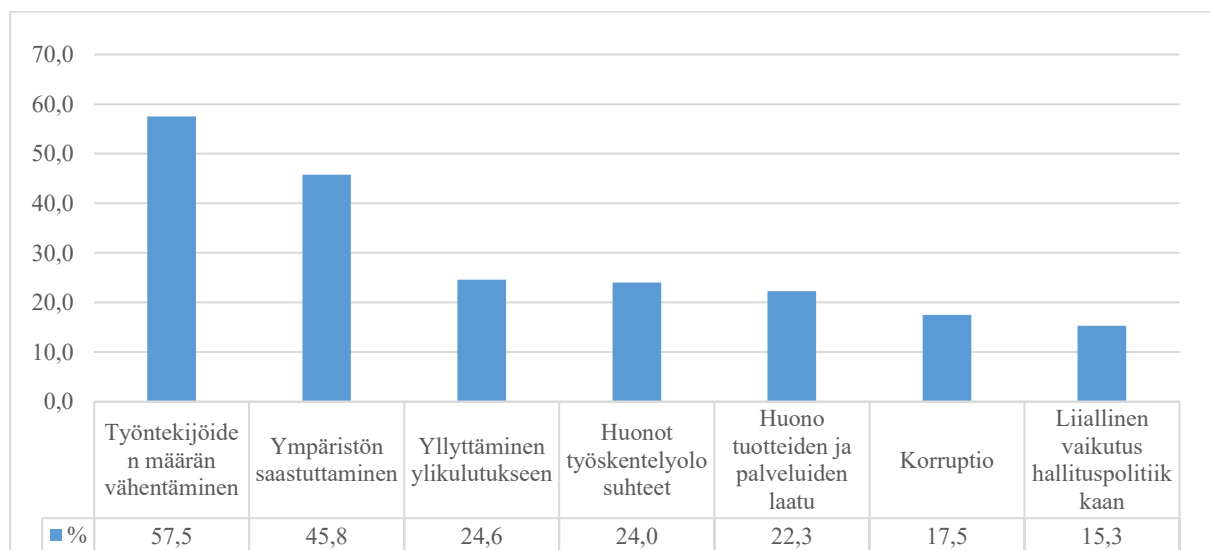
Omien työntekijöiden kouluttamiseen ja tuoton takaamiseen sijoittajille mainintaan eivät vaikuta tilastollisesti merkitsevästi muut tekijät kuin sukupuoli. Naiset korostavat suuremmalla todennäköisyydellä

---

<sup>16</sup> Merkitsevyystaso:  $p \leq 0,055$ .

yrityksen työntekijöiden kouluttamisen merkitystä ( $OR=1,555^{**}$ ) ja pienemmällä tuoton takaamista investoijille ( $OR=0,492^{**}$ ) kuin miehet. Mallien pseudoselityssasteet ovat 0,040 ja 0,109.

Myönteisten vaikutusten jälkeen käsitellään yritysten yhteiskuntaan tuottamia kielteisiä vaikutuksia. Kuviossa 3 nähdään, että kielteisistä vaikutuksista yhteiskuntaan suomalaiset ovat maininneet yleisimmin työntekijöiden määrän vähentämisen ja ympäristön saastuttamisen (kuvio 3). Reilu 20 prosenttia vastaajista on maininnut ylikuluttamiseen yllyttämiseen, huonot työskentelyolosuhteet ja tuotteiden ja palveluiden huonon laadun. Pienin osuus vastaajista on maininnut korruption ja liiallisen vaikutuksen hallituspolitiikkaan.



Kuvio 3. Suomalaisten näkemys yritysten kielteisistä vaikutuksista yhteiskuntaan (% vastaajista maininnut vaikutuksen, yksi vastaaja on maininnut enintään kolme merkittävimpänä pitämäänsä vaikutusta).

Seuraavaksi tarkastellaan, vaikuttaako vastaajan tausta hänen näkemykseensä yritysten yhteiskuntaan tuottamista kielteisistä vaikutuksista (taulukko 10).

Taulukko 10. Ammattiryhmän tai työmarkkina-aseman vaikutus näkemykseen yritysten tärkeimmistä kielteisistä vaikutuksista yhteiskuntaan (% ammattiryhmästä maininnut kyseisen vaikutuksen, yksi vastaaja on maininnut enintään kolme merkittävimpänä pitämäänsä vaikutusta).

Ammattiryhmä tai työmarkkina-asema	Työntekijöiden vähentäminen	Ympäristön saastuttaminen	Yllyttäminen ylikulutukseen	Huonot työskentelyolosuhteet	Tuotteiden huono laatu	Korruptio	Liiallinen vaikutus hallituspolitiikkaan
Yrittäjä	49,2	39,4	27,7	26,2	18,5	24,6	10,8
Toimihenkilö	67,6	51,9	23,8	18,6	24,8	14,8	15,7
Työntekijä	59,2	41,6	18,0	34,1	22,9	18,0	19,9
Opiskelija	45,6	49,6	30,6	20,0	25,6	10,4	12,0
Työelämän ulkopuolella	56,2	45,1	27,5	20,5	19,5	20,1	13,3

N=1005

Taulukosta 10 nähdään, että vastaajan tausta ei välttämättä vaikuta kovin paljon hänen näkemyksiinsä. Joitakin eroja työmarkkina-asemaryhmien välillä on, mutta erot eivät ole kovin suuria. Eroa eri vaikutusten kohdalla työmarkkina-asemaryhmien välillä on korkeimmillaankin alle 15 prosenttiyksikköä. Tuotteiden ja palveluiden huonon laadun ja liiallisen vaikuttamisen hallituspolitiikkaan suhteen erot ovat pienimpiä ryhmien välillä, alle 10 prosenttiyksikköä.

Kun tarkastellaan yllämainittujen työmarkkina-asemaryhmien sisäisiä ryhmiä, joitakin eroja on (liitetaulukko 9), kun esimerkiksi toimihenkilöiden ryhmän sisällä on eroja näkemyksessä työntekijöiden vähentämisestä. Alemmista toimihenkilöistä tämän vaikutuksen on maininnut jopa 84 prosenttia, kun taas johtajista ja ylemmistä toimihenkilöistä puolestaan reilu 60 prosenttia. Kaiken kaikkiaan työmarkkina-asemaryhmien sisäiset erot eivät kuitenkaan vaikuta suurilta.

Kuten myönteisten vaikutustenkin kohdalla, kielteisten vaikutusten tarkastelua jatketaan vielä logistisilla regressioanalyysillä. Niiden avulla tutkitaan sitä, mitkä selittävät tekijät voivat lisätä tai vähentää kansalaisten alttiutta mainita tietty vaikutus, kun mallin kaikki muuttujat on kontrolloitu. Tarkastelu tehdään samanlaisilla kolmen mallin regressiomalleilla kuin millä merkittävimmät myönteiset vaikutukset käsiteltiin. Logistiset regressiot ovat rakennettu kolmesta mallista, ja tarkastellun vaikutuksen maininta saa arvon 1 ja mainitsematta jättäminen arvon 0. Taulukossa 11 esitetään kolmen eniten mainitun kielteisen vaikutuksen regressioanalyysien kolmannet mallit.

Taulukko 11. Henkilön taustan vaikutus yritysten kielteisen vaikutuksen mainintaan (vain Malli III) (0 = vaikutusta ei mainittu, 1 = vaikutus mainittu). Logistiset regressiot (OR).

	Työntekijöiden vähentäminen Malli III	Ympäristön saastuminen Malli III	Yllyttäminen ylikulutukseen Malli III
<b>Vakio</b>	0,390	0,196***	0,308*
<b>Sukupuoli (ref. mies)</b>			
Nainen	1,696***	1,071	1,028
<b>Ikä (ref. 15–24-vuotiaat)</b>			
25–39-vuotiaat	1,092	1,376	0,784
40–54-vuotiaat	1,881*	1,976*	0,722
≥55-vuotiaat	1,179	1,466	0,789
<b>Asuinpaikka (ref. Suuri kaupunki)</b>			
Maaseutu	1,243	1,031	0,721
Pieni- tai keskisuuri kaupunki	1,098	1,356*	0,683*
<b>Kokopäiväisen koulutuksen päättymisikä (ref. ≤15-vuotiaana)</b>			
16–19-vuotiaana	1,254	1,372	0,801
≥20-vuotiaana	1,138	1,647*	1,546
Opiskelee yhä	0,914	1,322	1,165
<b>Ammattiryhmä (ref. yrittäjä)</b>			
Toimihenkilö	2,333**	1,548	0,606
Työntekijä	1,760	1,171	0,554
Opiskelija	1,580	2,509	0,922
Työelämän ulkopuolella	1,608	1,567	0,992
<b>Kiinnostus yritysten yhteiskunnallisia vaikutuksia kohtaan (ref. ei kiinnostunut)</b>			
Kiinnostunut	0,867	1,276	2,066**
<b>Kokemus omasta tietämyksestä yritysten yhteiskunnallisista vaikutuksista (ref. ei tietoinen)</b>			
Tietoinen	1,334*	0,903	0,914
<b>Selitysaste</b>			
-2 Log Likelihood	1285,356	1326,894	1065,631
Nagelkerke R <sup>2</sup>	0,065	0,037	0,059
N=973			
Waldin testin merkitsevyystasot: *p≤0,05, **p≤0,01, ***p≤0,001			

Useimmin suomalaiset ovat maininneet yritysten kielteisenä vaikutuksena työntekijöiden määrän vähentämisen. Tämän vaikutuksen mainintaan vaikuttavien tekijöiden regressiomallin pseudoselitysaste on 0,065. Tilastollisesti merkitseviä selittäviä tekijöitä ovat sukupuoli, keski-ikäisyys, toimihenkilöasema ja tietämys yritysten yhteiskunnallisista vaikutuksista yhteiskuntaan. Muut tekijät eivät vaikuta tilastol-

lisesti merkitsevästi. Sukupuoli vaikuttaa niin, että naisten todennäköisyys mainita tämä vaikutus on suurempi ( $OR=1,696^{***}$ ) kuin miesten. 40–54-vuotiaiden todennäköisyys ( $OR=1,881^*$ ) mainita tämä vaikutus on suurempi kuin nuorimmalla ikäryhmällä, 15–24-vuotiailla. Muuten ikä ei vaikuta mallissa tilastollisesti merkitsevästi.

Verrattuna yrittäjiin toimihenkilöt ( $OR=2,333^{**}$ ) pitävät yli kaksi kertaa todennäköisemmin työntekijöiden vähentämistä yhtenä merkittävimpänä kielteisenä vaikutuksena. Muiden työmarkkina-asemaryhmien ja yrittäjien välillä ei ole tilastollisesti merkitsevää eroa. Sen sijaan opiskelijoiden tai työelämän ulkopuolella olevien ja yrittäjien välillä ei ole tilastollisesti merkitsevää eroa. Kansalaisen tietoisuus yritysten vastuullisuudesta lisää todennäköisyyttä korostaa tätä vaikutusta ( $OR=1,334^*$ ).

Seuraavaksi useimmiten mainittu vaikutus on ympäristön saastuminen. Tämän vaikutuksen suhteen tilastollisesti merkitseviä tekijöitä on kolme: keski-ikäisyys, pienessä tai keskisuuressa kaupungissa asuminen ja koulutuksen pituus. Muut selittävät tekijät eivät vaikuta tilastollisesti merkitsevästi. 40–54-vuotiaat ( $OR=1,976^*$ ) mainitsevat ympäristön saastumisen lähes kaksi kertaa niin usein kuin nuorin ikäluokka. Muiden ikäluokkien ja referenssikategoriana olevan nuorimman ikäluokan välillä ei ole tilastollisesti merkitsevää eroa.

Pienessä tai keskisuuressa kaupungissa asuvat ( $OR=1,356^*$ ) korostavat vaikutusta todennäköisemmin kuin suuressa kaupungissa asuvat. Maaseudulla ja suuressa kaupungissa asuvien näkemyksen välillä ei ole tilastollisesti merkitsevää eroa.

Kolmas tilastollisesti merkitsevä selittävä tekijä, joka lisää todennäköisyyttä mainita tämä vaikutus, on vähintään 20-vuotiaana opiskelun päättäminen ( $OR=1,647^*$ ) verrattuna korkeintaan 15-vuotiaana koulutuksen päättäneisiin. Mallin III selitysaste on 0,037.

Kolmanneksi useimmiten mainittu kielteinen vaikutus on yllytys ylikulutukseen. Tämän vaikutuksen mainitsemisen todennäköisyyttä pienentää asuminen pienessä tai keskisuuressa kaupungissa ( $OR=0,683^*$ ) verrattuna asumiseen suuressa kaupungissa. Sen sijaan todennäköisyyttä mainita tämä vaikutus kasvattaa kiinnostuneisuus siitä, miten yritykset huomioivat yhteiskunnallisia vaikutuksiaan ( $OR=2,066^{**}$ ). Mallin muut tekijät eivät vaikuta tilastollisesti merkitsevästi. Pseudoselitysaste on 0,059.

Alaluvun lopuksi käydään vielä lyhyesti läpi, mitkä tekijät vaikuttavat neljän vähiten mainitun kielteisen vaikutuksen mainintaan tilastollisesti merkitsevästi. Tilastollisesti merkitseviä tekijöitä on vähän, joten regressiotaulukoita ei esitetä tutkielmassa graafisesti. Muut kuin alla mainitut selittävät tekijät eivät ole tilastollisesti merkitseviä.

Korruption korostamisen todennäköisyyttä lisää kuuluminen kahteen vanhimpaan ikäryhmään (40–54-vuotiaat:  $OR=2,785^*$  ja  $\geq 55$ -vuotiaat:  $OR=3,155^*$ ) verrattuna nuorimpaan ikäryhmään kuulumiseen. Lisäksi kiinnostus yritysten vastuullisuutta kohtaan ( $OR=1,760^*$ ) nostaa todennäköisyyttä mainita korruptio yhtenä merkittävimpänä yritysten yhteiskuntaan tuottamana kielteisenä vaikutuksena. Mallin pseudoselitysaste on 0,047.

Taipumukseen mainita tuotteiden ja palveluiden huono laatu puolestaan vaikuttaa tilastollisesti merkittävästi ainoastaan opiskelijana toimiminen. Opiskelijoiden todennäköisyys mainita huono laatu yhtenä merkittävimpänä yritysten yhteiskuntaan tuottamana kielteisenä vaikutuksena on suurempi ( $OR=4,049^*$ ) kuin yrittäjillä.

Huonojen työskentelyolosuhteiden tai hallituspolitiikkaan liiallisen vaikuttamisen mainintaan ei vaikuta regressiomalleissa mikään selittävä muuttuja tilastollisesti merkittävästi. Näiden mallien pseudoselitysasteet ovat 0,022 ja 0,042.

#### **7.4. Suomalaisen näkemykset erityyppisten yritysten pyrkimyksistä käyttäytyä vastuullisesti yhteiskuntaa kohtaan**

Yritykset ovat keskenään erilaisia esimerkiksi koon ja toimialan suhteen. Suomalaisista hyvin merkittävä enemmistö, eli vajaa 90 prosenttia katsoo, että pienet- ja keskisuuret yritykset pyrkivät käyttäytymään hyvin tai melko vastuullisesti yhteiskuntaa kohtaan. Enemmistön (67 %) mielestä pk-yritykset pyrkivät vastuullisuuteen melko paljon ja viidesosan (21 %) mielestä pk-yritykset pyrkivät vastuullisuuteen hyvin paljon. 11 prosentin mielestä pk-yritykset eivät oikeastaan pyri vastuulliseen käytökseen ja reilun yhden prosentin mielestä eivät lainkaan.

Hajontaa on enemmän suuryritysten kohdalla. 10 prosenttia suomalaisista katsoo, että suuryritykset pyrkivät käyttäytymään hyvin vastuullisesti, 50 prosenttia melko vastuullisesti, 29 prosenttia eivät oikeastaan ja 11 prosenttia eivät lainkaan. Näin ollen 60 prosenttia suomalaista katsoo, että suuryritykset pyrkivät käyttäytymään yhteiskuntaa kohtaan hyvin tai melko paljon vastuullisesti ja 40 prosenttia katsoo, etteivät ne pyri käyttäytymään vastuullisesti oikeastaan tai lainkaan.

Kun tarkastellaan ristiintaulukoinnilla työmarkkina-aseman vaikutusta näkemykseen pk-yritysten pyrkimyksestä vastuullisuuteen, myönteisimmin pk-yritysten vastuullisuuden näyttäisivät näkevän yrittäjät ja kielteisimmin toimihenkilöt (taulukko 12). Erot työmarkkina-asemaryhmien välillä eivät kuitenkaan ole tilastollisesti merkitseviä.

Taulukko 12. Ammattiryhmän tai työmarkkina-aseman vaikutus siihen, näkeekö vastaaja pk-yritysten pyrkivän käyttäytymään vastuullisesti yhteiskuntaa kohtaan Suomessa (%).

Ammattiryhmä tai työmarkkina-asema	Pyrkivät hyvin tai melko paljon	Eivät oikeastaan tai lainkaan pyri	Yht. (N)
Yrittäjä	93,8	6,2	100 (65)
Toimihenkilö	83,3	16,7	100 (203)
Työntekijä	87,5	12,5	100 (256)
Opiskelija	90,8	9,2	100 (119)
Työelämän ulkopuolella	87,8	12,2	100 (312)
$\chi^2$ : $p>0,05$			

N=955

Jos tarkastellaan yrittäjien, toimihenkilöiden ja työelämän ulkopuolella olevien sisäisten ryhmien eroja, eroja on hiukan, mutta myöskään tässä ristiintaulukoinnissa tarkempien ammattiryhmien väliset erot eivät ole tilastollisesti merkitseviä (liitetaulukko 10).

Sen sijaan taulukosta 13 nähdään, että suuryritysten kohdalla erot työmarkkina-asemien välillä ovat tilastollisesti erittäin merkitseviä. Myönteisimpiä ovat yrittäjät ja opiskelijat, kun molemmista ryhmistä noin 69 prosenttia näkee, että suuryritykset pyrkivät hyvin tai melko paljon vastuullisuuteen yhteiskuntaa kohtaan. Seuraavaksi myönteisimpiä ovat työntekijät ja toimihenkilöt. Sen sijaan vain puolet työelämän ulkopuolella olevista kansalaisista katsoo, että suuryritykset pyrkivät hyvin tai melko paljon vastuullisuuteen.

Taulukko 13. Ammattiryhmän tai työmarkkina-aseman vaikutus siihen, näkeekö vastaaja suuryritysten pyrkivän käyttäytymään vastuullisesti yhteiskuntaa kohtaan Suomessa (%).

Ammattiryhmä tai työmarkkina-asema	Pyrkivät hyvin tai melko paljon	Eivät oikeastaan tai lainkaan pyri	Yht. (N)
Yrittäjä	68,8	31,3	100 (64)
Toimihenkilö	60,2	39,8	100 (206)
Työntekijä	63,3	36,7	100 (264)
Opiskelija	69,2	30,8	100 (120)
Työelämän ulkopuolella	51,1	48,9	100 (311)
$\chi^2$ : $p\leq 0,001$			

N=965



Suuryritysten kohdalla työmarkkina-asemaryhmien sisäiset erot eivät vaikuta suurilta (liitetaulukko 11). Yksittäisenä huomiona on, että ylemmät toimihenkilöt näkevät vertailuryhmiään eli johtoa ja alempia toimihenkilöitä jonkin verran kielteisemmin suuryritysten vastuullisuuden.

Seuraavaksi tarkastellaan logistisella regressioanalyysillä (taulukko 14), mitkä selittävät tekijät vaikuttavat vastaajan näkemykseen, kun muut selittävät muuttujat kontrolloidaan. Regressiomallissa on mukana aiempien logististen regressiomallien tavoin sosiodemografiset tekijät (MI), vastaajan työmarkkina-asema (MII) ja kiinnostus ja tietoisuus yritysten vastuullisuudesta (MIII). Selitettävänä muuttujana on se, kuinka paljon yritystyyppin nähdään pyrkivän vastuullisuuteen. Yritystyyppin mieltäminen vastuullisuuteen pyrkivänä hyvin tai melko paljon saa arvon 1 ja ei oikeastaan tai lainkaan pyrkiminen arvon 0.

Raportoinnissa sijoitetaan vierekkäin pk- ja suuryritysten tarkastelujen regressioiden 3. mallit, jotta niitä voi verrata helpommin keskenään.

Taulukko 14. Henkilön taustan vaikutus näkemykseen siitä, pyrkivätkö pk-yritykset ja suuryritykset käyttäytymään vastuullisesti yhteiskuntaa kohtaan Suomessa (vain Mallit III) (0 = eivät oikeastaan tai lainkaan pyri, 1 = pyrkivät hyvin tai melko paljon). Logistiset regressiot (OR).

	Pk-yritykset Malli III	Suuryritykset Malli III
<b>Vakio</b>	5,349*	7,314***
<b>Sukupuoli (ref. mies)</b>		
Nainen	1,196	0,993
<b>Ikä (ref. ≥15–24-vuotiaat)</b>		
25–39-vuotiaat	1,654	0,708
40–54-vuotiaat	1,565	0,551
≥55-vuotiaat	2,588*	0,403**
<b>Asuinpaikka (ref. Suuri kaupunki)</b>		
Maaseutu	1,097	0,679*
Pieni- tai keskisuuri kaupunki	1,239	0,782
<b>Kokopäiväisen koulutuksen päättymisikä (ref. ≤15-vuotiaana)</b>		
16–19-vuotiaana	0,702	0,775
≥20-vuotiaana	1,019	0,971
Opiskelee yhä	0,964	0,487
<b>Ammattiryhmä (ref. yrittäjä)</b>		
Toimihenkilö	0,283*	0,586
Työntekijä	0,537	0,632
Opiskelija	1,003	0,938
Työelämän ulkopuolella	0,331	0,547 <sup>17</sup>
<b>Kiinnostus yritysten yhteiskunnallisia vaikutuksia kohtaan (ref. ei kiinnostunut)</b>		
Kiinnostunut	1,326	0,775
<b>Kokemus omasta tietämyksestä yritysten yhteiskunnallisista vaikutuksista (ref. ei tietoinen)</b>		
Tietoinen	1,460	1,049
<b>Selitysaste</b>		
-2 Log Likelihood	683,484	1236,034
Nagelkerke R <sup>2</sup>	0,047	0,051
	N=928	N=929
Waldin testin merkitsevyystasot: *p≤0,05, **p≤0,01, ***p≤0,001		

Taulukosta 14 nähdään, että pk-yritysten kokemiseen vastuullisina vaikuttavat tilastollisesti merkitsevästi vain yli 55 vuoden ikä ja toimihenkilöasema. Muut tekijät eivät vaikuta tilastollisesti merkitsevästi. Vähintään 55-vuotiaat näkevät 15–24-vuotiaita todennäköisemmin (OR=2,588\*) pk-yritykset hyvin tai

<sup>17</sup> Merkitsevyystaso: p≤0,055.

melko paljon vastuullisuuteen pyrkivinä. Toimihenkilöt ( $OR=0,283^*$ ) puolestaan näkevät yrittäjiä vähemmän pk-yritysten pyrkivän vastuullisuuteen, kuten ristiintaulukointi hieman ennakoi.

Suuryritysten kohdalla tilastollisesti merkitseviä selittäviä tekijöitä on enemmän. Yli 55-vuoden ikä vaikuttaa päinvastaisella tavalla kuin pk-yritysten kohdalla. 55-vuotiaat ja sitä vanhemmat näkevät 15–24-vuotiaita pienemmällä todennäköisyydellä ( $OR=0,403^{**}$ ) suuryritysten pyrkivän vastuulliseen käytökseen. Muiden ikäluokkien ja referenssikategoriana toimivan nuorimman ikäluokan välillä ei ole tilastollisesti merkitsevää eroa.

Maaseudulla asuminen verrattuna suuressa kaupungissa asumiseen pienentää todennäköisyyttä ( $OR=0,679^*$ ) nähdä suuryritykset vastuullisina. Sen sijaan pienessä tai keskisuuressa kaupungissa ja suuressa kaupungissa asuvien välillä ei ole tilastollisesti merkitsevää eroa ( $OR=0,782$ ,  $p=0,129$ ).

Ristiintaulukointi ennakoi, että eroja työmarkkina-aseman suhteen saattaa olla. Regressionanalyysin mukaan työelämän ulkopuolella oleminen vaikuttaa lähes tilastollisesti merkitsevästi niin, että he näkevät yrittäjiä suuremmalla todennäköisyydellä suuryritysten vastuullisuuden kielteisenä ( $OR=0,547^{18}$ ). Sen sijaan muiden työmarkkina-asemaryhmien ja yrittäjien välillä ei ole tilastollisesti merkitsevää eroa.

Sukupuoli, koulutuksen päättymisikä sekä kiinnostus ja tietoisuus yritysten vastuullisuudesta eivät vaikuta regressioanalyysien mukaan suuryritysten vastuullisuutta koskevaan näkemykseen.

Alaluvun lopuksi tarkastellaan vielä lyhyesti sitä, kuinka eri teollisuusalojen vastuullisuus nähdään Suomessa. Vastuullisimpana teollisuudenalana suomalaiset näkevät elintarvikkeita valmistavat ja maatalousalan (88 % suomalaisista näkee sen pyrkivän vastuullisuuteen hyvin tai melko paljon), toiseksi vastuullisimpana vähittäiskaupan ja supermarketit (81 %) ja kolmanneksi vastuullisimpana lääkealan (72 %). Keskivaiheille vertailussa sijoittuvat ICT-ala (68 %), kemian ala (67 %) ja pankki- ja rahoitusala (64 %). Vähiten vastuullisuuteen pyrkivinä suomalaiset näkevät kaivos-, öljy- ja maakaasualan (48 %), rakennusalan (60 %) ja vaate- ja kenkälän (63 %).

## **7.5. Suomalaisen näkemykset johtavasta tahosta yritystoimintaan vaikuttamisessa**

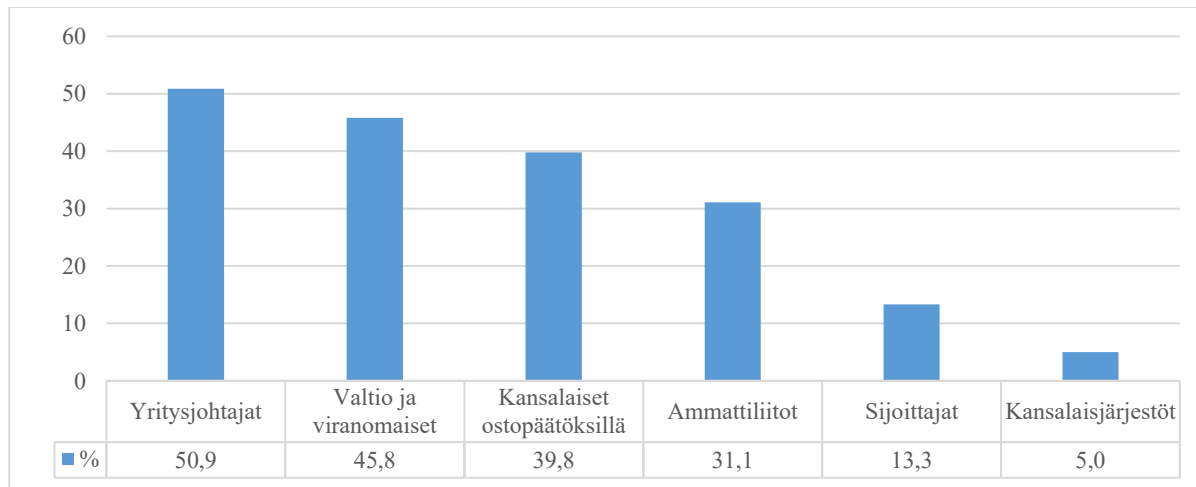
Viimeisessä analyysiosuudessa tarkastellaan, mitkä tekijät voivat vaikuttaa suomalaisten näkemyksiin johtavasta tahosta yritystoimintaan vaikuttamisessa Suomessa. Vastaaja on maininnut annetuista tahoista

---

<sup>18</sup> Merkitsevyystaso  $p \leq 0,055$ .

enintään kolme merkittävimpänä pitämäänsä tahoa. Näitä tahoja voidaan yritysjohtajia lukuun ottamatta sanoa myös yritysten sidosryhmiksi.

Useimmiten suomalaiset ovat maininneet yhdeksi tärkeimmäksi tahoksi yritysjohtajat (kuvio 4). Toiseksi mainituin taho on valtio ja viranomaiset. Kolmanneksi eniten vastuuta laitettaisiin kansalaisten ostopäätösten varaan. Noin kolmannes vastaajista on maininnut ammattiliitot. Sijoittajat ja kansalaisjärjestöt ovat kaksi vähiten mainittua ryhmää.



Kuvio 4. Suomalaisten näkemys siitä, minkä tahon pitäisi ottaa johtava rooli yritystoimintaan vaikuttamisessa Suomessa (% vastaajista maininnut tahon, yksi vastaaja on maininnut enintään kolme merkittävimpänä pitämäänsä tahoa).

Teoreettisessa viitekehyksessä nousi esiin yritysten itsesääntelyjohtoisen ja valtiojohtoisen, lakisääteisen yhteiskuntavastuun suhteen mahdollinen jännite. On siis relevanttia tarkastella näiden tahojen mainintaa ristiintaulukoituna keskenään: yritysjohtajat mainitsevista vastaajista 43 prosenttia mainitsee myös valtion. Valtion mainitsevista vastaajista 48 prosenttia mainitsee myös yritysjohtajat.

Kiinnostuksen keskiössä on tässäkin yhteydessä se, vaikuttaako suomalaisen sosiodemografinen tausta ja näin ollen sijoittuminen globalisaation häviäjiin tai voittajiin näkemyksiin yritystoimintaan vaikuttamisen johtavasta tahosta. Ensiksi tarkastellaan tätä ristiintaulukoinnilla suomalaisten ammattiaseman vaikutuksesta (taulukko 15). Tarkasteluissa ei käytetä  $\chi^2$ -merkitsevyystestiä, koska jokainen johtava taho on aineistossa oma muuttujansa ja tarkastelut on tehty erikseen ja yhdistetty sitten samaan taulukkoon.

Taulukko 15. Ammattiryhmän tai työmarkkina-aseman vaikutus näkemykseen siitä, minkä tahon pitäisi ottaa johtava rooli yritystoimintaan vaikuttamisessa Suomessa (% ammattiryhmästä maininnut kyseisen tahon, yksi vastaaja on maininnut enintään kolme merkittävimpänä pitämäänsä tahoa).

<b>Ammattiryhmä tai työmarkkina-asema</b>	<b>Yritysjohtajat</b>	<b>Valtion ja viranomaiset</b>	<b>Kansalaiset ostopäätöksillä</b>	<b>Ammattiliitot</b>	<b>Sijoittajat</b>	<b>Kansalaisjärjestöt</b>
Yrittäjä	45,5	50,8	40,0	21,5	18,5	1,5
Toimihenkilö	60,5	59,3	50,0	26,8	17,7	5,7
Työntekijä	46,1	42,7	41,2	40,8	10,5	4,9
Opiskelija	51,2	36,0	40,0	35,2	9,6	5,6
Työelämän ulkopuolella	49,9	42,9	32,5	26,6	13,1	5,0

N=1002–1005

Taulukosta 15 nähdään, että yritysjohtajien roolia korostavat varsinkin toimihenkilöt (61 %). Toimihenkilöluokkaan kuuluvat kyselyyn vastanneet johtajat ja päälliköt. Tosin toimihenkilöluokan ryhmien, eli johtajien, ylempien ja alempien toimihenkilöiden vastauksissa ei ole kuin noin yhden prosenttiyksikön ero (liitetaulukko 12). Myös reilu puolet opiskelijoista on maininnut yritysjohtajat.

Toimihenkilöt (59 %) korostavat myös valtion roolia eniten työmarkkina-asemaryhmistä. Yrittäjät ovat maininneet valtion toiseksi useimmin (51 %). Muista työmarkkina-asemaryhmiä harvimmoin valtion ja viranomaiset mainitsevat opiskelijat, kun heistä 36 prosenttia on maininnut valtion johtavana tahona. Työelämän ulkopuolella olevista vastaajista työttömät ja eläkeläiset mainitsevat valtion harvemmin (n. 39 %) kuin kodista huolehtijat (78 %).

Kansalaisten ostopäätösten roolia korostavat useimmiten toimihenkilöt (50 %). Työelämän ulkopuolella olevat (33 %) ovat selvästi pienin ryhmä, joka mainitsee kansalaisten ostopäätösten johtavan roolin yrityksiin vaikuttamisessa.

Työmarkkina-asemaryhmistä työntekijät mainitsevat ammattiliitot johtavana tahona useimmiten (41 %). Yrittäjät sen sijaan mainitsevat ammattiliitot kaikista harvimmoin (22 %).

Sijoittajien roolin mainitsevat useimmiten yrittäjät (19 %) ja toiseksi useimmiten toimihenkilöt (18 %). Harvimmoin sijoittajien johtavan roolin mainitsevat opiskelijat (10 %). Kansalaisjärjestöjen mainitsemisessa ei ole juurikaan eroa ryhmien välillä. Maatalous ja käsityöläisyrittäjistä eikä kodista huolehtijoista yksikään ei ole maininnut kansalaisjärjestöjä.

Tarkastelua jatketaan vielä logistisilla regressioanalyyseillä. Mallit on rakennettu kuten aiemmin tutkielman analyysiluvussa. Kunkin johtavan tahon maininta on erillinen mallinsa. Malleissa kyseisen tahon maininta saa arvon 1 ja mainitsematta jättäminen arvon 0. Mukana ovat selittävinä tekijöinä sosiodemografiset tekijät (MI), työmarkkina-asema (MII) ja kiinnostus ja tietoisuus yritysten vastuullisuudesta (MIII). Taulukossa 16 on taulukoituna kolmen eniten mainitusta tahosta tehdyt kolmannet regressiomallit ja niiden tuloksia käsitellään taulukon jälkeen. Jokaisessa mallissa pseudoselityaste on paras mallissa III.

Taulukko 16. Henkilön taustan vaikutus hänen näkemykseensä siitä, minkä tahon tulisi ottaa johtava rooli yritystoimintaan vaikuttamisessa Suomessa (vain Malli III) (0 = taho ei mainittu, 1 = taho mainittu). Logistiset regressiot (OR).

	Yritysjohtajat Malli III	Valtio ja viranomaiset Malli III	Kansalaiset ostopäätöksillä Malli III
<b>Vakio</b>	0,228**	0,313*	0,513
<b>Sukupuoli (ref. mies)</b>			
Nainen	1,040	1,416*	1,271
<b>Ikä (ref. 15–24-vuotiaat)</b>			
25–39-vuotiaat	1,303	1,295	0,571
40–54-vuotiaat	1,464	1,508	0,437**
≥55-vuotiaat	1,648	1,045	0,434**
<b>Asuinpaikka (ref. Suuri kaupunki)</b>			
Maaseutu	0,889	1,032	1,267
Pieni- tai keskisuuri kaupunki	0,923	0,908	1,215
<b>Kokopäiväisen koulutuksen päättymisikä (ref. ≤15-vuotiaana)</b>			
16–19-vuotiaana	1,280	1,301	1,028
≥20-vuotiaana	1,543	2,181***	1,377
Opiskelee yhä	1,375	3,071*	0,439
<b>Ammattiryhmä (ref. yrittäjä)</b>			
Toimihenkilö	1,882*	1,168	1,451
Työntekijä	1,289	0,793	1,143
Opiskelija	2,211	0,425	1,601
Työelämän ulkopuolella	1,456	1,001	0,892
<b>Kiinnostus yritysten yhteiskunnallisia vaikutuksia kohtaan (ref. ei kiinnostunut)</b>			
Kiinnostunut	1,502*	0,993	1,672*
<b>Kokemus omasta tietämyksestä yritysten yhteiskunnallisista vaikutuksista (ref. ei tietoinen)</b>			
Tietoinen	1,323*	1,517**	1,039
<b>Selitysaste</b>			
-2 Log Likelihood	1325,042	1293,447	1284,608
Nagelkerke R <sup>2</sup>	0,045	0,081	0,053
N=973			
Waldin testin merkitsevyystasot: *p≤0,05, **p≤0,01, ***p≤0,001			

Ensin käsitellään yritysjohtajien mainintaan vaikuttavia tekijöitä. Taulukosta 16 nähdään, että yritysjohtajien roolin korostamiseen vaikuttaa toimihenkilöasema, kuten ristiintaulukointi ennakoii. Toimihenkilöiden todennäköisyys (OR=1,882\*) korostaa yritysjohtajien roolia on suurempi kuin yrittäjillä. Muiden työmarkkina-asemaryhmien ja yrittäjien välillä ei ole tilastollisesti merkitsevää eroa.

Myös kiinnostus ja tietoisuus yritysten vastuullisuudesta vaikuttavat yritysjohtajien mainintaan. Se, että vastaaja on kiinnostunut yritysten yhteiskunnallisista vaikutuksista paljon tai melko paljon kasvattaa hänen todennäköisyytään korostaa yritysjohtajien roolia ( $OR=1,502^*$ ) verrattuna siihen, että hän kokisi olevansa vähän tai ei lainkaan kiinnostunut. Vastaajan kokemus siitä, että on perillä yritysten vastuullisuudesta vaikuttaa samaan suuntaan: hyvin tai melko perillä itsensä tuntevien todennäköisyys mainita yritysjohtajat johtavana tahon on suurempi ( $OR=1,323^*$ ) kuin niiden, jotka tuntevat itsensä melko vähän tai ei lainkaan perillä oleviksi.

Koulutuksen loppumisikä, ikä, asuinpaikka tai sukupuoli ei vaikuta tulosten mukaan yritysjohtajien mainintaan. Yritysjohtajien mainintaa selittävän mallin pseudoselitysaste on 0,045.

Valtion ja viranomaisten mainintaan johtavana tahona sukupuoli vaikuttaa. Naisten todennäköisyys ( $OR=1,416^*$ ) mainita valtio johtavana tahona on suurempi kuin miehillä. Lisäksi todennäköisyyttä mainita valtio suurentaa vähintään 20-vuotiaana lopetettu opiskelu ( $OR=2,181^{***}$ ) ja yhä opiskeleminen ( $OR=3,071^*$ ) verrattuna korkeintaan 15-vuotiaana lopetettuun opiskeluun. Sen sijaan 16-19-vuotiaana opiskelun lopettaneiden ja korkeintaan 15-vuotiaana opiskelun lopettaneiden välillä ei ole tilastollisesti merkitsevää eroa.

Lisäksi tietoisuus yritysten vastuullisuuden suhteen nostaa taipumusta mainita valtio ( $OR=1,517^{**}$ ). Ikä, asuinpaikka, työmarkkina-asema ja kiinnostus yritysten vastuullisuudesta eivät vaikuta tilastollisesti merkitsevästi. Mallin pseudoselitysaste on 0,081.

Kolmanneksi mainituimman vaikutuksen, kansalaisten ostopäätösten korostamiseen, vaikuttaa tulosten mukaan ikä. Se vaikuttaa niin, että vanhemmilla ikäryhmillä (40–54-vuotiaat:  $OR=0,437^{**}$ ;  $\geq 55$ -vuotiaat:  $OR=0,434^{**}$ ) on pienempi todennäköisyys mainita ostopäätökset kuin nuorimmilla eli 15–24-vuotiailla. Myös 25–39 vuotiaiden ja 15–24-vuotiaiden välillä ei ole tilastollisesti merkitsevää eroa ( $OR=0,571$ ,  $p=0,060$ ).

Ostopäätösten maininnan todennäköisyyteen vaikuttaa myös kiinnostus yritysten yhteiskunnallisia vaikutuksia kohtaan. Kiinnostus nostaa todennäköisyyttä ( $OR=1,672^*$ ) mainita kansalaisten ostopäätösten merkitys. Mallin muilla selittävillä tekijöillä ei ole tilastollisesti merkitsevää vaikutusta kansalaisten ostopäätösten korostamiseen yhtenä merkittävimpänä tahona yrityksiin vaikuttamisessa. Mallin pseudoselitysaste on 0,053.



Lopuksi käsitellään vielä suomalaisten kolmen vähiten mainitseman tahon korostamiseen mahdollisesti vaikuttavia selittäviä tekijöitä. Näiden tahojen mainitsemiseen vaikuttavia tekijöitä on tarkasteltu logistisilla regressioanalyysillä, mutta raporttitaulukoita ei esitetä, koska tilastollisesti merkitseviä selittäviä tekijöitä on vähän.

Ammattiliittojen mainintaan vaikuttaa tilastollisesti merkitsevästi ainoastaan työntekijäasema ( $OR=2,430^{**}$ ). Työntekijöiden todennäköisyys mainita tämä taho on suurempi kuin yrittäjillä. Muiden työmarkkina-asemaryhmien ja yrittäjien välillä ei ole tilastollisesti merkitsevää eroa. Lisäksi muut selittävät tekijät eivät vaikuta mallissa tilastollisesti merkitsevästi. Mallin pseudoselityssaste on 0,052.

Sijoittajien mainintaan vaikuttaa kaksi selittävää tekijää tilastollisesti merkitsevästi. Sukupuoli niin, että naisten todennäköisyys ( $OR=0,653^{*}$ ) mainita tämä taho on pienempi kuin miesten. Ikäryhmä vaikuttaa niin, että 25–39-vuotiaiden todennäköisyys ( $OR=2,878^{*}$ ) mainita sijoittajat yhtenä johtavana tahona on suurempi kuin 15–24-vuotiailla. Kahden vanhimman ikäryhmän ja referenssikategoriana toimivan nuorimman ikäryhmän välillä ei ole tilastollisesti merkitseviä eroja. Myöskään muut tekijät eivät vaikuta tilastollisesti merkitsevästi. Mallin pseudoselityssaste on 0,056.

Sama pseudoselityssaste on myös kansalaisjärjestöjen mainintaa selittävällä mallilla. Tulosten mukaan mikään regressiomallin selittävä tekijä ei selitä kansalaisjärjestöjen mainintaa tilastollisesti merkitsevästi.

## 8. JOHTOPÄÄTÖKSET

### 8.1. Tulosten yhteenveto ja pohdintaa

Tämän pro gradu -tutkielman tavoitteena on ollut tutkia kvantitatiivisin menetelmin suomalaisten näkemyksiä yritysten yhteiskunnallisista vaikutuksista Suomessa ja sitä, mitkä tekijät vaikuttavat suomalaisen näkemyksiin näistä vaikutuksista. Yritysten yhteiskunnallisia vaikutuksia käsitellään yhteiskuntavastuun käsitteen avulla. Tutkielma on pyrkinyt täyttämään tutkimusaukkoa, koska kuva suomalaisen yhteiskuntavastuun tilasta on pitkälti muodostunut yritysten itse tuottaman informaation eikä tutkimuksen pohjalta (esim. työ- ja elinkeinoministeriö 2016a, 7).

Aiemman tutkimuksen mukaan globalisaation tuottama kehityskulku saattaa osoittaa tällä hetkellä suuntaa, jossa yritysten rooli yhteiskunnassa kasvaa – myös suhteessa kansalaisiin ja myös Suomen kaltaisessa hyvinvointivaltiossa. Tällöin yritysten yhteiskuntavastuu saattaa korostua. Valtion hallinta perustuu viime kädessä siihen, että kansalaiset valtuuttavat edustajansa demokraattisesti vaaleilla. Sen sijaan yksittäisten yritysten päätökset ovat laajan institutionaalisen demokraattisen kontrollin ja näin ollen kansalaisten kontrollin ulottumattomissa. (Crane ym. 2008, 1, 53–55, 79–80; Matten & Moon 2008, 415; ks. myös Trägårdh 1997, 262–264.)

Jos yritykset mahdollisesti vaikuttavat yhteiskuntaan yhä enemmän, kansalaisten mielipidettä on relevanttia tutkia. Kansalaisten mielipiteet voivat vaikuttaa niin yritysten kuin valtioidenkin yhteiskuntavastuutoimiin (Lindh 2015, 75–77). Suomalaisten voidaan katsoa olevan Suomessa toimivien yritysten keskeinen sidosryhmä, joten suomalaisten mielipiteellä voidaan katsoa olevan merkitystä tästäkin näkökulmasta (Jussila 2010, 127).

Tutkielma on rakennettu kolmitasoiseksi. Ensimmäisellä tasolla tarkoitetaan sitä, että suomalaiset on suhteutettu globaaliin kokonaisuuteen niin, että heidän näkemystään yritysten vaikutuksista suomalaisen yhteiskuntaan on verrattu muiden EU-maiden ja kuuden muun vertailumaan kansalaisten näkemyksiin yritysten vaikutuksista heidän yhteiskunnassaan. Toinen taso käsittää suomalaisten näkemyksen kansakuntana yritysten yhteiskunnallisista vaikutuksista. Kolmannella tasolla on tarkasteltu erilaisten väestöryhmien välisiä mahdollisia eroja Suomen sisällä.

Ensimmäiseen ja toiseen tasoon perustuen tutkielman ensimmäinen tutkimuskysymys oli: ”miten suomalaisten näkemys yritysten kokonaisvaikutuksesta yhteiskuntaan suhteutuu muiden EU-maiden ja kuu-

den muun vertailuvaltion kansalaisten näkemykseen?” Tutkimuskysymykseen liittyen asetettiin hypoteesi (H 1): ”suomalaiset näkevät yritysten kokonaisvaikutuksen suomalaiseen yhteiskuntaan myönteisempänä kuin muiden EU-maiden ja Euroopan ulkopuolisten vertailumaiden kansalaiset yritysten kokonaisvaikutuksen omaan yhteiskuntaansa.”

Tutkielman tulosten mukaan suomalaisista hyvin merkittävä enemmistö näkee yritysten kokonaisvaikutuksen yhteiskuntaan hyvin tai melko myönteisenä. Hypoteesi saa siis tutkielman tuloksista tukea: kansainvälisesti vertaillen suomalaiset näkevät kaikista Euroopan unionin valtioiden ja vertailuvaltioiden kansalaisista kokonaisvaikutuksen toiseksi myönteisimmin. Myös muut Pohjoismaat korostuvat tämän tutkielman vertailussa niin, että niiden kansalaiset kokevat myös yritysten kokonaisvaikutuksen myönteisemmin kuin suurin osa muiden Euroopan valtioiden kansalaisista. Tanskalaiset ovat vielä suomalaisiakin myönteisempiä.

Tulokset ovat sen suuntaisia, mitä aiempi tutkimus viitoitti. Suomalaisen yhteiskunnan katsotaan hyötynneen yleisesti globalisaatiosta, joka on tuottanut Suomeen vaurautta ja hyvinvointia. Suomesta katsotaan muotoutuneen globalisaation ja 1990-luvun lamasta selviytymisen myötä kilpailukykyvaltio, jossa kansallinen etu on julkisuudessa liitetty ajatukseen, että talous, yritysmaailma ja kansainvälinen kilpailukyky edustavat välttämättömyyksiä, jotka asettavat rajat ja tehtävät politiikalle. (Kettunen 2008, 121; Lahtinen 2009, 260; Palacios 2004, 388.) Ajatus siitä, että kilpailukykyasetelma on iskostunut suomalaisten mieliin, saattaa saada tämän tutkielman tulosten valossa tukea, koska suomalaiset näkevät yritysten vaikutukset niin myönteisinä.

Tulos saattaa kertoa osaltaan myös suomalaisten korkeasta luottamuksesta yrityksiin muiden instituutioiden ohella. Suomalaiset luottavat Eurostatin (2015) mukaan tanskalaisten ohella eurooppalaisista eniten myös poliittisiin instituutioihin ja viranomaisinstituutioihin. Lisäksi Suomessa lainsäädäntö on lähtökohtaisestikin asettanut alarajan korkealle useissa yritysten yhteiskuntaan vaikuttavissa kokonaisuuksissa, esimerkiksi ympäristön ja työturvallisuuden suojelussa (työ- ja elinkeinoministeriö 2017; Matten & Moon 2008, 413), mikä saattaa myös osaltaan selittää suomalaisten tyytyväisyyttä.

Tutkielman loput tutkimuskysymykset etsivät vastausta siihen, vaikuttaako suomalaisen sosiodemografisen tausta hänen näkemykseensä yritysten yhteiskunnallisista vaikutuksista. Tutkimuskysymykset sijoittuvat tutkimusasetelman kolmannelle tasolle eli suomalaisten väestöryhmien välisiin mahdollisiin eroihin. Toisaalta kysymyksiin vastausta etsiessä on katsottu myös suomalaisten kokonaisnäkemyksiä joko kaisesta kokonaisuudesta. Näiden tarkastelujen voidaan katsoa sijoittuvan tutkimusasetelman toiselle tasolle.

Väestöryhmien mahdollisten eriävien näkemysten tarkastelu johtuu siitä, että yhteiskuntavastuun kehittyminen liittyy kiinteästi globalisaatioon. Vaikka globalisaation katsotaan yleensä kokonaisuudessaan hyödyttäneen suomalaista yhteiskuntaa, edut eivät jakaudu suomalaisten kesken välttämättä tasan. Suomalaisten on katsottu kilpailevan globaaleilla markkinoilla korkealla osaamisella ja innovaatioilla (Karppi 2004, 188–197).

Globalisaatio ja globaali talouskilpailu ovat synnyttäneet aiemman tutkimuksen mukaan globalisaation voittajia ja häviäjiä. Monet valtiot ovat vähentäneet sosiaalipolitiikan toimia, jotka aiemmin tasoittivat luokkaeroja. Työpaikat siirtyvät jossain määrin halvempiin maihin ja suorittavat työt korvautuvat teknologialla. Globalisaation voittajiksi katsotaan kaupunkilaiset, yrittäjät ja korkeasti koulutetut työntekijät, jotka hyötyvät avoimesta kansainvälisestä markkinataloudesta. Myös nuoremmat ikäpolvet katsotaan usein hyötyjiksi. Häviäjiksi nähdään keski-ikäiset ja vanhukset, maaseudulla asuvat ja perinteisen sektorin yrittäjät ja työntekijät, jotka eivät kilpaile osaamisella ja innovaatioiden luomisella, vaan heidän työpaikkansa voivat siirtyä helpommin ulkomaille tai korvautua teknologialla. (Kriesi ym. 2006, 921–925, 949–951; Scholte 2005, 320–347.)

Toinen tutkimuskysymys oli: ”vaikuttavatko erot suomalaisten sosiodemografisessa taustassa ja näin ollen kuuluminen globalisaation voittajiin tai häviäjiin heidän näkemykseensä yritysten kokonaisvaikutuksesta yhteiskuntaan?” Tätä tutkimuskysymystä suunnattiin seuraavalla hypoteesilla (H 2): ”globalisaation voittajat näkevät yritysten kokonaisvaikutuksen yhteiskuntaan Suomessa myönteisempänä kuin globalisaation häviäjät”.

Tulosten perusteella voidaan sanoa, että asetettu hypoteesi saa pääasiassa tukea. Suomalaisten tausta ja kuuluminen globalisaation häviäjiin tai voittajiin vaikuttaa heidän näkemyksiinsä yritysten yhteiskuntaan tuottamasta kokonaisvaikutuksesta. Työelämän ulkopuolella olevat näkevät kokonaisvaikutuksen kielteisempänä kuin yrittäjät, toimihenkilöt, työntekijät ja opiskelijat. Lisäksi nuorin ikäryhmä, suuressa kaupungissa asuvat ja pisimpään kouluttautuneet näkevät yritysten kokonaisvaikutuksen yhteiskuntaan myönteisemmin kuin keski-ikäiset ja vanhukset, maaseudulla asuvat ja vähiten koulutetut. Sekä ristiintaulukoinnin että logistisen regressioanalyysin tulosten mukaan vähintään 20-vuotiaana opiskelun lopettaneet näkevät yritysten kokonaisvaikutuksen myönteisemmin kuin korkeintaan 15-vuotiaana opiskelun lopettaneet. Regressioanalyysin mukaan tulos kuitenkin ei ole tilastollisesti merkitsevä, vaan lähes merkitsevä.

Myöskään työmarkkina-aseman – joka voidaan rinnastaa Scholten (2005, 320) määrittämiin yhteiskuntaluokkiin – selitysvaikutus ei ole aivan yksiselitteinen tässä kokonaisuudessa. Kriesin ym. (2006) mukaan

perinteisen sektorin yrittäjät ja työntekijät kuuluvat globalisaation häviäjiin. Tämän tutkielman tulosten mukaan maatalous-, käsityöläis- tai muiden pienyrittäjien ja akateemisten yrittäjien tai yrityksen omistajien välillä ei kuitenkaan ole juuri lainkaan eroa suhtautumisessa yritysten yhteiskunnallisten vaikutusten myönteisyyteen. Lisäksi työntekijänä<sup>19</sup> toimiminen ei vaikuta suhtautumiseen, kuten teoreettisen viitekehyksen pohjalta olisi voinut ennustaa. Kettunen (2008, 224–225) on todennut, että ennen työväenluokka saattoi vedota välttämättömän panokseensa tuotannossa, mutta globaalin talouskilpailun häviäjillä ei ole usein tällaista mahdollisuutta, kun tuotanto voidaan esimerkiksi siirtää toiseen maahan. Työntekijät eivät kuitenkaan tämän tutkielman tulosten valossa näyttäisi olevan sen kriittisempiä yritysten yhteiskunnallisen kokonaisvaikutusten suhteen kuin yrittäjät tai toimihenkilöt. Näin ollen jakoa globalisaation voittajiin ja häviäjiin ei voida korostaa liikaa työssäkäyvien ammattiryhmien välille.

Tätä voi osaltaan selittää se aiemmassa tutkimuksessa esitetty havainto, että yhteiskuntavastuuta kannattavien kansalaisten näkemykset nousevat kansalaisyhteiskunnassa syntyvistä eri painotuksista. Tällöin jakolinjat tuotannossa ja työmarkkinoilla olisivat vähemmän tärkeitä selittäjiä yhteiskuntavastuuseen suhtautumisessa. (Lindh 2015, 81.)

Kokonaisvaikutuksen tarkastelun yhteydessä tutkittiin myös suomalaisten näkemyksiä siitä, miten yritysten vastuullisuus on kehittynyt heidän mielestään verrattuna 10 vuoden takaiseen tilanteeseen. Tulosten perusteella voidaan sanoa, että suomalaiset globalisaation voittajat ovat häviäjiä taipuvaisempia näkemään vastuullisuuden kehittyneen myönteisesti. Koulutuksen päättymisikä ei tosin vaikuta näkemykseen.

Yritysten kokonaisvaikutus yhteiskuntaan on laaja käsite, joten tutkielmassa haluttiin tarkastella myös niitä osia, joista tämä kokonaisvaikutus saattaa koostua. Yritysten tuottamat vaikutukset ovat paljon käytetyn kolmijaon mukaan taloudellisia, sosiaalisia ja ympäristöön vaikuttavia (esim. Crane & Matten 2010, Elkingtonin 1999). Vaikutukset voivat olla myönteisiä tai kielteisiä. Tutkielman tulosten mukaan suomalaiset korostivat yritysten myönteisiä vaikutuksia yhteiskuntaan järjestyksessä: työpaikkojen luominen, verojen maksaminen, innovaatioiden kehittäminen, talouskasvun luonti, paikallisten asukkaiden tukeminen, omien työntekijöiden kouluttaminen ja tuoton takaaminen investoijille.

Järjestyksien perusteella voidaan tulkita, että suomalaiset korostavat työpaikkojen ja verojen merkitystä. Paikallisten asukkaiden hyväntekeväisyysluonteisen tukemisen ei katsota ilmeisesti kuuluvan laajasti

---

<sup>19</sup> Engl. *Manual Worker*.

Suomeen. Aiemman kirjallisuuden mukaan se onkin ollut Eurooppaa suositumpaa esimerkiksi Yhdysvalloissa (Matten & Moon 2008, 404; Jussila 2010, 119–121; Brammer & Pavelin 2005, 15, 24). Toisaalta myöskään investoijien saamaa tuottoa ei korostettu paljon, joten suomalaiset saattavat nähdä, että taloudelliseen vastuuseen kuuluu todella muutakin kuin yrityksen oma kaupallinen tulos ja osakkeenomistajien tuottojen kasvattaminen. Tälle ajatukselle perustuu kirjallisuuden mukaan laajasti myös yhteiskuntavastuuajattelu (esim. Freeman ym. 2010, 235; Sadler 2004, 852).

Yritysten yhteiskuntaan tuottamat kielteiset vaikutukset suomalaisten painottamassa järjestyksessä ovat: työntekijöiden määrän vähentäminen, ympäristön saastuttaminen, yllyttäminen liikakulutukseen, huonot työskentelyolosuhteet, tuotteiden ja palveluiden huono laatu, korruptio ja liiallinen vaikutus hallituspolitiikkaan.

Se, että yritysten merkittävimpänä myönteisenä vaikutuksena nähdään työpaikkojen luonti ja merkittävimpänä kielteisenä vaikutuksena työntekijöiden määrän vähentäminen, on loogista aiemman tutkimuksen valossa. Suomessa palkkatyöllä on ollut historiallisesti keskeinen asema (Kettunen 2008, 159–161). Vaikka suomalaisen työelämän nähdään olevan monessa mielessä murroksessa, näyttäisi siltä, että palkkatyöllä on suomalaisten mielissä yhä hyvin merkittävä rooli.

Kiinnostavaa on, että suomalaiset mainitsivat kielteisistä vaikutuksista kaikista harvimmin yritysten liiallisen vaikuttamisen hallituspolitiikkaan. Suomalaisista merkittävä enemmistö ei siis luultavasti ajattele, että yritykset vaikuttavat liian voimakkaasti poliittisesti, ainakaan suoraan edustuksellisesti valittuun hallitukseen ja sen politiikkaan. Tästä ei kuitenkaan voida päätellä suoraan suomalaisten mielipidettä siitä, vaikuttavatko yritykset yhteiskuntaan muuten sopivasti, liikaa vai liian vähän tai onko politiikka siirtynyt pois edustukselliselta areenalta talouden areenalle. Korruption mainitseminen toiseksi harvimmin kielteisenä vaikutuksena on oletetun mukaista, koska Suomi on yksi maailman vähiten korruptoituneeksi katsottu valtio Transparency International -järjestön (2014) mukaan.

Kolmanneksi varsinaiseksi tutkimuskysymykseksi oli asetettu myönteisiin ja kielteisiin vaikutuksiin liittyen se, vaikuttaako kuuluminen globalisaation häviäjiin tai voittajiin suomalaisten näkemyksiin yritysten yhteiskuntaan tuottamista merkittävimmistä myönteisistä ja kielteisistä vaikutuksista. Tähän tutkimuskysymykseen liittyvä hypoteesi (H 3) oli, että ”globalisaation voittajat korostavat arvioissaan yritysten erilaisia myönteisiä ja kielteisiä vaikutuksia yhteiskuntaan Suomessa kuin globalisaation häviäjät”.

Tämä hypoteesi ei saa tutkielman tuloksista tukea. Vastaajan tausta tai kuuluminen globalisaation voittajiin tai häviäjiin ei näyttäisi selvästi vaikuttavan näkemykseen yritysten yhteiskuntaan tuottamista

myönteisistä tai kielteisistä vaikutuksista. Erot vastaajien taustan suhteen ovat pieniä, eikä johdonmukaisia eroja synny globalisaation voittajiksi ja häviäjiksi katsottujen ryhmien vastauksissa. Esimerkiksi verojen maksun korostamiseen myönteisenä vaikutuksena ei näytä vaikuttavan mikään tekijä kansalaisten taustassa. Yksittäisenä huomiona voidaan todeta, että innovaatioita näyttäisivät korostavan ammattiryhmistä eniten opiskelijat. Opiskelijat voivat olla tulevaisuuden potentiaalisia innovaatioiden kehittäjiä ja niiden kehittämisestä hyötyjiä.

Keski-ikäiset puolestaan näyttäisivät olevan nuoria taipuvaisempia näkemään työntekijöiden vähentäminen yhtenä merkittävimpana yritysten kielteisenä vaikutuksena yhteiskuntaan. Tämä tulos on looginen aiemman tutkimuksen valossa, koska Scholten (2005, 342) mukaan globalisaatio on vaikuttanut niin, että yli 40-vuotiaiden työntekijöiden on ollut vaikea markkinoida osaamistaan globaalissa muutoksessa, ja pitkäaikaistyöttömyys on keskeinen ongelma keski-ikäisten työläisten joukossa. Toisaalta tätä yksittäistä tulosta ei voi korostaa liikaa, koska keski-ikäiset mainitsevat nuorinta ikäryhmää yleisemmin myös esimerkiksi ympäristön saastumisen yhdeksi yritysten tuottamaksi merkittävimmäksi kielteiseksi vaikutukseksi.

Eri tyyppisten myönteisten ja kielteisten vaikutusten lisäksi yritysten vaikutukset ja yhteiskuntavastuutoimet näiden huomioon ottamiseksi voivat vaihdella yrityksen koon ja toimialan mukaan (Crouch 2006, 1536; Jussila 2010, 30; Matten & Moon 2008, 417; Spence 1999, 163–172). Vastuullisimpana toimialana suomalaiset näkevät tutkielman tulosten mukaan elintarvike- ja maatalousalan ja toiseksi vastuullisimpana vähittäiskaupan. Vähiten vastuullisuuteen pyrkivinä suomalaiset näkevät kaivos-, öljy- ja maakaasualan ja toiseksi vähiten rakennusalan. Nämä tulokset ovat samansuuntaisia mutta eivät aivan identtisiä verrattuna yritysten sidosryhmien näkemyksiin Suomessa työ- ja elinkeinoministeriön (2016a, 40–41) teettämässä selvityksessä.

Toimialan lisäksi yritysten koko saattaa vaikuttaa yritysten vastuullisuuteen. Tutkielman tulosten mukaan suomalaiset näkevät pienet ja keskisuuret yritykset enemmän vastuullisuuteen pyrkivinä kuin suuryritykset. Koska suomalaiset arvostavat aiempien tulosten mukaan työpaikkojen merkityksen yritysten vaikutuksista tärkeimmäksi, tulos saattaa johtua osaltaan samasta ilmiöstä. Pk-yrityksillä ei ole niin laajaa exit-optiota siirtyä toiseen maahan ja viedä työpaikkoja mukanaan kuin suuryrityksillä. Ne ovat riippuvaisia paikallisyhteisön suosiosta, kuten Crouch (2006, 1536) on todennut. Tämän voidaan pohtia osaltaan selittävän sitä, että suomalaiset näkevät pk-yritysten yhteiskuntavastuun olevan parempitasoista kuin suuryritysten.

Työ- ja elinkeinoministeriön (2016) sidosryhmäselvityksessä sen sijaan pk-yritysten vastuullisuuden nähtiin olevan Suomessa hieman alemmalla tasolla kuin pörssi- ja valtionyhtiöiden. Aiemman kirjallisuuden mukaan pk-yritysten yhteiskuntavastuu on usein epämuodollisempaa kuin suurten yritysten ja pk-yritysten esimiehillä on luultavasti suuryritysten esimiehiä vähemmän aikaa ja resursseja käytettävissään yhteiskuntavastuuasioihin (Matten & Moon 2008, 417; Spence 1999, 163–172). Tässä suhteessa asiantuntijatahojen ja keskivertokansalaisten mielipiteet saattavat olla erilaiset.

Neljänneksi tutkimuskysymykseksi oli asetettu erikokoisiin yrityksiin ja suomalaisten taustaan liittyen: ”vaikuttaako kuuluminen globalisaation häviäjiin tai voittajiin suomalaisten näkemykseen eri kokoisten yritysten vastuullisuudesta?” Tutkielman tulosten mukaan selkeitä eroja globalisaation voittajien ja häviäjien välillä ole näkemyksessä pk-yritysten vastuullisuudesta. Myös teoreettisen viitekehyksen valossa eroja ennakoitiin olevan enemmän globalisaation häviäjien ja voittajien välillä suhtautumisessa suuryrityksiin. Hypoteesiksi asetettiin näin ollen (H 4): ”globalisaation voittajat näkevät suuryritykset vastuullisempina kuin globalisaation häviäjät”.

Tämä hypoteesi saa tukea. Globalisaation voittajiksi katsotut ryhmät ovat jonkin verran taipuvaisempia näkemään suuryritysten vastuullisuuden myönteisemmin kuin globalisaation häviäjät. Vanhimpaan ikäryhmään kuulumisen ja maaseudulla asuminen kasvattavat taipumusta arvioida, etteivät suuryritykset pyri käyttäytymään vastuullisesti yhteiskuntaa kohtaan. Lisäksi työelämän ulkopuolella olevat näkevät ristiintaulukoinnin mukaan suuryritysten vastuullisuuden kielteisemmin kuin muut työmarkkina-asema-ryhmät. Tulos peilautuu osaltaan aiempaan tutkimukseen, koska useassa yhteydessä on todettu, että suuryhtiöiden voimakkuus ja menestys voi kohdella eri taustaisia ihmisiä eri lailla: globalisaation voittajat voivat hyötyä niistä enemmän esimerkiksi työllistymällä suuryrityksiin (Karppi 2004, 185; Crane ym. 2008, 174–175, 179; Matten & Moon 2008, 412; Møller 2011, 24.) Koulutus ei kuitenkaan tässäkään kokonaisuudessa vaikuta näkemykseen.

Vaikka aiemmassa tutkimuksessa (esim. Kriesi ym. 2006; Scholte 2005) korostetaan koulutuksen vaikutusta globalisaation voittajat ja häviäjät -asetelmaan, se ei välttämättä ole tämän päivän Suomessa niin merkittävä tekijä. Siltala (2016, 5–17) on todennut, että Suomessa 1990-luvun laman jälkeen nuoret aikuiset eivät ole vaurastuneet kuten edellisinä vuosikymmeninä. Hänen mukaansa nuoremmat ikäluokat eivät enää saavuta vanhempiensa elintasoja, eikä korkeakaan koulutus välttämättä takaa työpaikkaa. Näin ollen koulutus ei enää välttämättä yksinään korreloi yhteiskunnallisen aseman kanssa suomalaisessa yhteiskunnassa, eikä yksin takaa välttämättä suomalaiselle globalisaation voittaja -asemaa. Tämä saattaa



osaltaan näkyä tämänkin tutkielman tuloksissa: suhtautumisessa yritysten yhteiskuntaan tuottamaan kokonaisvaikutukseen, näkemykseen yritysten vastuullisuudesta verrattuna 10 vuoden takaiseen tilanteeseen ja suhtautumisessa suuryritysten vastuullisuuteen. Koulutuksen päättymisikä ei näyttäisi vaikuttavan niihin kokonaisuuksiin samalla tapaa kuin muut globalisaation voittajiin ja häviäjiin liitetyt ominaisuudet. Siltala kyseenalaistaa koulutuksen lisäksi suomalaisten nuorempien ikäluokkien globalisaation voittajat -asetelman. Tämän tutkielman tulosten mukaan iän vaikutus ei kuitenkaan ole välttämättä ainakaan tämän kysymyksen suhteen muutoksessa kuten koulutuksen vaikutus, koska nuorimmat ikäluokat suhtautuvat vanhempia ikäluokkia myönteisemmin yritysten yhteiskunnallisiin vaikutuksiin.

Tutkielman viimeisessä empiirisessä osiossa tarkasteltiin yritystoimintaan vaikuttavia tahoja: yritysjohtajia ja eri sidosryhmiä. Eri sidosryhmät pyrkivät vaikuttamaan yrityksiin niiden yhteiskunnallisten vaikutusten osalta. (Freeman ym. 2010, 242; Jussila 2010, 125; Sahlin-Andresson 2006, 596, 606.)

Kaiken kaikkiaan suomalaiset mainitsevat toivomakseen johtavaksi tahoksi useimmiten yritysjohtajat yritystoimintaa koskevien päätösten kautta, toiseksi yleisimmin valtion ja viranomaiset politiikan ja sääntelyn kautta ja kolmanneksi kansalaisten heidän ostopäätöksensä kautta. Loput tahot mainitsemisjärjestyksessä ovat ammattiliitot, sijoittajat ja kansalaisjärjestöt.

Niistä vastaajista, jotka ovat maininneet yritysjohtajat, vajaa puolet on maininnut myös valtion. Näin ollen voidaan pohtia, että suomalaiset voivat nähdä lainsäädännön ja yritysten omiin päätöksiin perustuvan vastuullisuuden täydentävän toisiaan. Tältä osin tullaan samanlaisiin johtopäätöksiin kuin Lindh (2015, 81, 86–88) ruotsalaisten osalta: suomalaiset kannattavat sekä valtion sääntelyä, joka on seurausta poliittisesta prosessista, että yritysten omaa päätöksentekoa ja sitä myöten myös yhteiskuntavastuuta.

Viimeiseksi tutkimuskysymykseksi oli asetettu se, vaikuttaako suomalaisten sosiodemografinen tausta ja kuuluminen globalisaation häviäjiin tai voittajiin näkemyksiin siitä, minkä tahon pitäisi ottaa johtava rooli yritystoimintaan vaikuttamisessa Suomessa. Tutkimuskysymykseen liittyvä hypoteesi (H 5) oli: ”globalisaation voittajat korostavat arvioissaan eri tahoja kuin globalisaation häviäjät”.

Hypoteesi ei saa tutkielman tuloksista tukea. Globalisaation voittajiksi ja häviäjäksi katsotut ryhmät eivät johdonmukaisesti korosta eri johtavia tahoja. Globalisaation voittajat eivät näyttäisi korostavan johdonmukaisesti enemmän esimerkiksi yritysjohtajien ja sijoittajien roolia ja globalisaation häviäjät valtion ja viranomaisten vahvaa roolia. Lisäksi esimerkiksi kansalaisjärjestöjen mainintaa johtavana tahona ei selitä mikään tekijä vastaajan taustassa.

Tulokset ovat erilaisia kuin mitä olisi voinut ajatella aiemman ruotsalaistutkimuksen pohjalta. Lindhin (2015, 81, 88–89) mukaan esimerkiksi vanhimmat kansalaiset ja työmarkkinoilla heikommassa asemassa olevat, joilla on esimerkiksi korkea työttömyysriski, ovat yleensä taipuvaisia kannattamaan vahvaa valtiojohtoisuutta. Tämä ryhmä voitaisiin rinnastaa globalisaation häviäjiin. Tämän tutkielman tulosten pohjalta ei voi kuitenkaan päätellä, että globalisaation häviäjät korostaisivat globalisaation voittajia enemmän valtion johtavaa roolia yrityksiin vaikuttamisessa. Toisaalta taustamuuttujista sukupuolen voidaan katsoa vaikuttavan teoreettisessa viitekehityksessä viitoitetulla tavalla, koska naiset korostavat valtion roolia miehiä enemmän. Aiemmassa ruotsalaistutkimuksessa on todettu, että naiset ovat riippuvaisempia hyvinvointivaltiosta ja sen tarjoamista palveluista ja kannattavat myös yhteiskuntavastuun suhteen valtiovetoisuutta (mt., 88; Trägårdh 1997, 273, 282).

Suomalaisten vastauksissa on joitain muitakin yksittäisiä eroja heidän sosiodemografisen taustansa suhteen. Työntekijät korostavat ammattiliittojen roolia työmarkkina-asemaryhmistä kaikkein eniten, mikä saattaa tarkoittaa, että työntekijät näkevät ammattiliittojen merkityksen ja toisaalta Kettusen (2008, 158) mainitseman ”ammattiliittokansalaisuuden” edut muita ryhmiä myönteisemmin. Kansalaisten ostopäätösten korostamisen suhteen saadaan Stollen ja Micheletin (2013, 68, 70–76) kaltaisia tuloksia. Ostopäätöksiä painottavat muita ryhmiä harvemmin ikäryhmistä kaksi vanhinta ikäryhmää. Stollen ja Micheletin mukaan politiikasta kiinnostuneet tekevät enemmän poliittisia kulutusvalintoja kuin ei kiinnostuneet. Saman suuntainen ajattelu näyttäisi pätevän myös yritysten vastuullisuudesta kiinnostuneisiin, koska he korostavat kansalaisten ostopäätöksiä enemmän kuin ne, jotka eivät koe itseään kiinnostuneiksi.

## **8.2. Lopuksi: suomalaiset myönteisiä, mutta ryhmien välillä eroja**

Kansainvälisessä kokonaiskuvassa suomalaiset suhtautuvat yritysten vaikutuksiin yhteiskuntaan hyvin myönteisesti. Suomalaiset näyttävät muodostavan melko kiinteän kansakunnan tämän kysymyksen suhteen. Kirjallisuudessa on todettu, että suomalaiset ovat perinteisesti olleet yhteiskunnallisissa kokonaisuuksissa kansainvälisesti vertaillen yhtenäisiä, eivätkä yhteiskunnalliset jakolinjat ole niin syviä kuin monessa muussa maassa (Kettunen 2008, 51–56, 64; Kaihovaara 2015, 8).

Suomalaisten sosiodemografisten väestöryhmien välille on kuitenkin löydettävissä myös eroavaisuuksia. Suomalaiset, globalisaation voittajiksi katsotut, ryhmät näyttäisivät jossain määrin kokevan yritysten vaikutukset yhteiskuntaan ja vastuullisuuden myönteisemmin kuin globalisaation häviäjät. Erot voivat johtua esimerkiksi siitä, että kaikki kansalaiset eivät välttämättä koe etujen jakautuvan tasan kilpailukykyvaltioasetelman, suuryritysten vaikutusvallan ja yritysten yhteiskuntavastuun suhteen. Työelämän ulko-

puolella olevat, maaseudulla asuvat ja vanhemmat ikäluokat saattavat kokea häviävänsä tässä asetelmassa. Sen sijaan suomalainen ”luova luokka” eli menestyvät nuoret kaupunkilaiset saattavat kokea hyötyvänsä jatkossakin esimerkiksi monikansallisten suuryhtiöiden tarjoamista uramahdollisuuksista.

Akateemista tutkimusta kansalaisten mielipiteistä ja mielipide-eroja selittävistä tekijöistä yritysten yhteiskunnallisista vaikutuksista ja yhteiskuntavastuusta kannattaa jatkaa, jotta kuva yhteiskuntavastuusta yhä syvenee jatkossa eikä rajoitu esimerkiksi yritysten omaan yhteiskuntavastuusta viestintään. Valtio-opillisella tutkimuksella on paikkansa asiakokonaisuudessa, koska yritysten vaikutusvalta ja instituutio-naalinen rooli tuskin pienevät, ja vuorovaikutusverkostot yritysten, valtion ja kansalaisyhteiskunnan tuskin yksinkertaistuvat lähitulevaisuudessa.

Yhteiskuntavastuuta käsittelevä kirjallisuus puhuu paljon markkinatalouden merkityksestä. Näin ollen tulevassa tutkimuksessa voisi tarkastella esimerkiksi sitä, selittääkö suomalaisten asettuminen vasemmisto–oikeisto-akselilla sitä, miten he suhtautuvat yhteiskuntavastuukysymyksiin ja yritysten yhteiskunnallisiin vaikutuksiin.

Lisäksi tämän tutkielman aineiston puitteissa voitiin tarkastella vain suomalaisten mielipiteitä suomalaisyritysten vastuullisuudesta Suomessa. Tulevaisuudessa suomalaisten mielipiteen tarkastelu olisi mielenkiintoista ulottaa myös yritystoimintaan kansainvälisesti, esimerkiksi hankintaketjuihin. Globalisaation aikakaudella yritykset toimivat hyvin usein kansainvälisesti, joten yhteiskuntavastuun tarkastelun rajaaminen vain Suomen rajojen sisäpuolelle on näkökulmana rajallinen.

# LÄHTEET

## Aineisto

Euroopan komissio (2013), *Flash Eurobarometer 363: How Companies Influence Our Society: Citizens' View*. Data, tiivistelmä tuloksista ja kyselylomakkeet on saatavissa Gesis (Leibniz Institute for the Social Sciences):

<<https://dbk.gesis.org/dbksearch/SDesc2.asp?ll=10&ntabs=&af=&nf=&search=&search2=&db=E&no=5882>>.

## Kirjallisuus

Albareda, Laura, Antonio Tencati, Josep M. Lozano & Francesco Perrini (2006), "The government's role in promoting corporate responsibility: a comparative analysis of Italy and UK from the relational state perspective". *Corporate Governance*, 6:4, 386–400.

Allardt, Erik (1964), *Yhteiskunnan rakenne ja sosiaalinen paine*. Helsinki: WSOY.

Anttiroiko, Ari-Veikko (2004), "Yhteiskuntavastuu ja sen määrittelyprosessi". Teoksessa Järvinen, Raija (toim.) *Yhteiskuntavastuu : Näkökulmia yritysten ja julkisyhteisöjen yhteiskunnalliseen vastuuseen*, 17–60. Tampere: Tampere University Press.

Blowfield, Michael & Alan Murray (2014), *Corporate Responsibility*. Oxford: Oxford University Press.

Brammer, Stephen & Stephen Pavelin (2005), "Corporate Community Contributions in the United Kingdom and the United States". *Journal of Business Ethics*, 56:1, 15–26.

Calveras, Aleix, Juan-José Ganuza & Gerard Llobbet (2007), "Regulation, Corporate Social Responsibility and Activism". *Journal of Economics & Management Strategy*, 16:3, 719–740.

Carroll, Archie B. (1979), "A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance". *Academy of Management Review*, 4:4, 497–505.

Carroll, Archie B. (2008), "History of corporate social responsibility: concepts and practices". Teoksessa Crane, Andrew, D. McWilliams, J. Moon & D. Siegel (toim.), *The Oxford handbook of corporate social responsibility*, 19–46. Oxford: Oxford university press.

- Carroll, Archie, B. (1991), "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders". *Business Horizons*, 34:4, 39–48.
- Clarkson, Max B. E. (1995), "A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance". *The Academy of Management review*, 20:1, 92–117.
- Crane, Andrew & Dirk Matten (2010), *Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization*. Oxford: Oxford University Press.
- Crane, Andrew, Abigail McWilliams, Dirk Matten, Jeremy Moon & Donald Siegel (2008), "The Corporate responsibility Agenda". Teoksessa Crane, Andrew, D. McWilliams, J. Moon & D. Siegel (toim.) *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, 3–15. Oxford: Oxford university press.
- Crane, Andrew, Dirk Matten & Jeremy Moon (2008), *Corporations and Citizenship*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Crouch, Colin (2006), "Modelling the Firm in its Market and Organizational Environment: Methodologies for Studying Corporate Social Responsibility". *Organization Studies*, 27:10, 1533–1551.
- Davis, Keith (1973), "The Case for and against Business Assumption of Social Responsibilities". *The Academy of Management Journal*. 16:2, 312-322.
- Delanty, Gerard (2000), *Citizenship in a global age: society, culture, politics*. Buckingham: Open University Press.
- Dickinson, Roger & Mary Carsky (2005), "The consumer as economic voter". Teoksessa Harrison, Rob, Terry Newholm & Deidre Shaw (toim.), *The Ethical Consumer*, 25–39. Lontoo: Sage.
- Elkington, John (1999), *Cannibals with forks the triple bottom line of 21st century business*. Oxford: Capstone.
- Euroopan komissio (2013a), *Flash Eurobarometer 363 – How Companies Influence Our Society: Citizens' View*. Saatavissa: <[http://ec.europa.eu/public\\_opinion/flash/fl\\_363\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_363_en.pdf)>, luettu 10.4.2016.
- Euroopan komissio (2013b), *Flash Eurobarometri – Kuinka yritykset vaikuttavat yhteiskuntaamme*. Saatavissa: <[http://ec.europa.eu/public\\_opinion/flash/fl\\_363\\_fact-fi-fi.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_363_fact-fi-fi.pdf)>, luettu 10.4.2016.

- Euroopan komissio (2015), *Corporate Social Responsibility*. Saatavissa: <[http://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility/index_en.htm)>. Luettu 14.9.2015.
- Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2013/0110 (COD).
- Eurostat (2015), *Quality of life in Europe – facts and views – governance*. Saatavissa: <[http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Quality\\_of\\_life\\_in\\_Europe\\_-\\_facts\\_and\\_views\\_-\\_governance&oldid=270643#Trust\\_in\\_institutions\\_and\\_trust\\_in\\_others](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Quality_of_life_in_Europe_-_facts_and_views_-_governance&oldid=270643#Trust_in_institutions_and_trust_in_others)>. Luettu 5.4.2017.
- Field, Andy (2009), *Discovering Statistic Using SPSS* (3. painos). Lontoo: SAGE Publications Ltd.
- Florida, Richard (2002), *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books.
- Freeman, R. Edward (1984), *Strategic management: a stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- Freeman, R. Edward, Jeffrey S. Harrison, Andrew C. Wicks, Bidhan L. Parmar & Simone de Colle (2010), *Stakeholder Theory – The State of Art*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Friedman, Milton (1970), "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits". *The New York Times Magazine*, 13.9.1970.
- Garson, David G. (2008), *Logistic Regression*. Raleigh: North Carolina State University.
- Gesis (2016), *Weighting overview*. Saatavissa: <<http://www.esis.org/eurobarometer-data-service/survey-series/standard-special-eb/weighting-overview/>>, luettu 5.12.2016.
- Gist, Ronald, R. (1971), *Marketing and Society: A Conceptual Introduction*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Grunig, James E. (1979) "A New Measure of Public Opinions on Corporate Social Responsibility". *Academy of Management Journal*, 22:4, 738–764.
- The Guardian (12.1.2010), "Wal-Mart, the US retailer taking over the world by stealth". Uutinen. Saatavissa: <<http://www.theguardian.com/business/2010/jan/12/walmart-companies-to-shape-the-decade>>, luettu 7.3.2016.

Hanlon, Gerald (2008). "Re-thinking Corporate Social Responsibility and the Role of the Firm: On the Denial of Politics". Teoksessa Crane, Andrew, D. McWilliams, J. Moon & D. Siegel (toim.), *The Oxford handbook of corporate social responsibility*, 156–172. Oxford: Oxford university press.

Heikkilä, Tarja (2014), *Tilastollinen tutkimus*. Helsinki: Edita.

Helsingin Sanomat (8.12.2015), *Nanso lopettaa trikoon kudonnan Suomessa – joukko pienyrittäjiä haaveilee tehtaan ostosta*. Uutinen.

Helsingin Sanomat (8.8.2016), *Krp: Julkisten palveluiden yhtiöittämisessä piilee riski korruption kasvuun*. Uutinen.

Henderson, David (2001), *Misguided Virtue - False Notions of Corporate Social Responsibility*. Lontoo: The Institute of Economic Affairs.

Hertz, Norena (2001), "Better to shop than vote?". *Business Ethics: A European Review*, 10:3, 190–193.

Hirschman, Albert (1970), *Exit, voice, and loyalty: responses to decline in firms, organizations, and states*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

Hirvilammi Tuuli, Senja Laakso & Michael Lettenmeier (2014), *Kohtuuden rajat? Yksin asuvien perusturvan saajien elintaso ja materiaalityöjälki*. Sosiaali- ja terveysturvan tutkimuksia, nro 132. Helsinki: Kelan tutkimusosasto.

ILO (2006), *Tripartite declaration of principles concerning multinational enterprises and social policy*. Saatavissa: <[http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/---multi/documents/publication/wcms\\_094386.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---multi/documents/publication/wcms_094386.pdf)>, luettu 7.4.2016.

Irogbe, Kema (2013), "Global political economy and the power of multinational corporations". *Journal of Third World Studies*, 30:2, 223–250.

Jackson, Kevin (2010), "Global Corporate Governance: Soft Law and Reputational Accountability". *Brooklyn Journal of International Law*, 31:1, 43–106.

Jokivuori, Pertti & Risto Hietala (2007): *Määrällisiä tarinoita – Monimuuttujamenetelmien käyttö ja tulkinta*. Porvoo: WSOY.

Jussila, Markku (2010), *Yhteiskuntavastuu*. Nyt. Vantaa: Infor.

Juutinen, Sirpa & Maj-Lis Steiner (2010), *Strateginen yritysvastuu*. Helsinki: WSOYpro Oy.

Kaihovaara, Antti (2015), ”Teknologinen kehitys, globalisaatio ja eriarvoisuus”. Teoksessa Kaihovaara, Antti (toim.) *Jakolinjojen Suomi*, 47–71. Kalevi Sorsa -säätiö. Käytetty myös Kaihovaaran kirjoittamaa teoksen johdantoa, 7–12.

Kalliola, Kirsi (2015), *Vastuullista vai ei? Verot ja yhteiskuntavastuu suomalaisessa kontekstissa*. Pro gradu -tutkielma, yrityksen taloustiede, lasketatoimi, Johtamiskorkeakoulu, Tampereen yliopisto.

Karppi, Ilari (2004) ”Globalisoituvan yhteiskuntavastuun tilat”. Teoksessa Järvinen, Raija (toim.) *Yhteiskuntavastuu : Näkökulmia yritysten ja julkisyhteisöjen yhteiskunnalliseen vastuuseen*, 179–199. Tampere: Tampere University Press.

Kettunen, Pauli (2008), *Globalisaatio ja kansallinen me*. Tampere: Vastapaino.

Kiander, Jaakko (2006), *Julkisen vallan ote taloudesta on höltynyt – Kansallisesta kasvupolitiikasta globaalitalouteen*. Tilastokeskuksen julkaisu. Saatavissa: <[http://stat.fi/tup/tietotrendit/tt\\_06\\_06\\_julkisen-valta.html](http://stat.fi/tup/tietotrendit/tt_06_06_julkisen-valta.html)>, luettu 18.2.2016.

Kim, Hae-Ryong, M. Lee, H. T. Lee & N. M. Kim (2010), “Corporate Social Responsibility and Employee–Company Identification”. *Journal of Business Ethics*, 95:5, 557–569.

Koivurova, Timo (2017), ”Soft-law (pehmeä oikeus) oikeudellisena käsitteenä”. Lapin arktisen keskuksen artikkeli. Saatavissa: <<http://www.arcticcentre.org/FI/arktinenalue/kansainvalinen/soft-law>>, luettu 27.4.2017.

Kolodinsky, Robert W., Timothy Madden, Daniel Zisk & Eric Henkel (2010), “Attitudes about Corporate Social Responsibility: Business Student Predictors”. *Journal of Business Ethics*, 91:2, 167–181.

Korkman, Sixten (2016), ”Miksi kriisin keskellä maksetaan isoja osinkoja?”. Helsingin sanomat 21.1.2016. Kolumni.

Kriesi, Hanspeter, Edgar Grande, Romain Lachat, Martin Dolezal, Simon Bornschier & Timotheos Frey (2006), “Globalization and the transformation of the national political space: Six European countries compared”. *European Journal of Political Research*, 45, 921–956.



Kurkela, Reijo (2016), ”Laadullisen ja määrällisen tutkimuksen erot”. Tilastokeskus: *Tilastollinen tiedonkeruu -verkko-oppimateriaali*. Saatavissa: <<https://www.stat.fi/virsta/tkeruu/01/07/index.html>>, luettu 21.12.2016.

Lahtinen, Mikko (2009), ”Hyvinvointivaltion tulevaisuus ja kamppailut hegemoniasta”. Taimio, Heikki (toim.) *Kurssin muutos: Kestävään kasvuun ja hyvinvointiin*, 256–271. Helsinki: Työväen sivistysliitto.

Lankinen, Tiina (2015), ”Tutkijat juurruttavat vastuuta liikemaailmaan”. Aikalainen 2.3.2015. Artikkel.

Lindh, Arvid (2015), ”Public Support for Corporate Social Responsibility in the Welfare State: Evidence from Sweden”. *Scandinavian Political Studies*, 38:1, 75–94.

Logsdon, Jeanne M. & Donna J. Wood (2002), ”Business Citizenship: From Domestic to Global Level of Analysis”. *Business Ethics Quarterly*, 12:2, 155–187.

Maailmanpankki (2016), *Data – Finland*. Saatavissa: <<http://data.worldbank.org/country/finland>>, luettu 8.5.2016.

Maignan, Isabelle (2001), ”Consumers’ Perceptions of Corporate Social Responsibility: A Crosscultural Comparison”. *Journal of Business Ethics*, 30:1, 57–72.

Marshall, Thomas H. (1964), *Class, Citizenship, and Social Development*. Garden City: Doubleday & Company.

Matten, Dirk & Jeremy Moon (2008), ”‘Implicit’ and ‘Explicit’ CSR: a conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility”. *Academy of Management Review*, 33:2, 404–424.

Mattila, Mikko (2004), ”Ristiintaulukointi”. *KvantiMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto*. Saatavissa: <<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/ristiintaulukointi/ristiintaulukointi.html>>, luettu 20.12.2016.

Mattila, Mikko (2008), ”Regressionalyysi”. *KvantiMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto*. Saatavissa: <<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/regressio/analyysi.html>>, luettu 27.4.2017.

Mattila, Mikko (2009), ”Logistinen regressio”. *KvantiMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto*. Saatavissa: <<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/logregressio/logistinen.html>>, luettu 20.12.2016.

- Mefford, Robert N. (2011), "The Economic Value of a Sustainable Supply Chain". *Business and Society Review* 116:1, 109–143.
- Micheletti, Michele & Dietlind Stolle (2008), "Fashioning social justice through political consumerism, capitalism and the internet". *Cultural Studies*, 22:5, 749–769.
- Micheletti, Michele (2003), *Political virtue and shopping*. New York, N.Y: Palgrave MacMillan.
- Møller, Jørgen (2011), "The Deadly Cocktail - Nationalism, Populism, and Inequality". *World Future Review*, 3:2, 20–25.
- Moon, Jeremy & David Vogel (2008), "Corporate social responsibility, government and civil society". Teoksessa Crane, Andrew, D. McWilliams, J. Moon & D. Siegel (toim.), *The Oxford handbook of corporate social responsibility*, 303–323. Oxford: Oxford university press.
- Neilimo, Kari (2004) "Yrityksen yhteiskuntavastuu ja hyvä yrityksen johtaminen : Käytännön johtamisen asettaminen teoreettisen viitekehyksen yhteyteen". Teoksessa Järvinen, Raija (toim.) *Yhteiskuntavastuu : Näkökulmia yritysten ja julkisyhteisöjen yhteiskunnalliseen vastuuseen*, 125–137. Tampere: Tampere University Press.
- OECD (2011), OECD:n toimintaohjeet monikansallisille yrityksille. Saatavissa: <[https://www.tem.fi/files/32193/TEMrap\\_5\\_2012\\_web\\_14042015.pdf](https://www.tem.fi/files/32193/TEMrap_5_2012_web_14042015.pdf)>, luettu 7.4.2016.
- Osakeyhtiölaki 21.7.2006/624.
- Palacios, Juan José (2004), "Corporate Citizenship and Societal Responsibility in a Globalized World". *Citizenship Studies*, 8:4, 383–402.
- Paloheimo, Heikki & Matti Wiberg (2008), *Politiikan perusteet*. Helsinki: WSOY.
- Penttinen, Jorma (2011), "Yhtiöiden valta maailmantaloudessa". Maailmantalous.net-portaali. Saatavana: < <http://maailmantalous.net/fi/artikkeli/yhtioiden-valta-maailmantaloudessa>>, luettu 16.2.2016.
- Persky, Joseph (1993), "Retrospectives: consumer sovereignty". *Journal of Economic Perspectives*, 7:1, 183–191.
- Preuss, Lutz, Axel Haunschild & Dirk Matten (2006), "Trade unions and CSR: a European research agenda". *Journal of Public Affairs*, 6:4/3, 256–268.

- PwC (2015), *Kärki karkaa – PwC:n yritys vastuubarometri 2015*. Saatavissa: <<http://www.pwc.fi/fi/julkaisut/tiedostot/Yritysvastuubarometri-2015.pdf>>, luettu 10.5.2016.
- Rugman, Alan & Alain Verbeke (2000), "Six cases of corporate strategic responses to environmental regulation". *European Management Journal*, 18:4, 377–385.
- Ruostetsaari, Ilkka (2014), *Vallan sisäpiirissä*. Tampere: Vastapaino.
- Sadler, David (2004). "Anti-corporate Campaigning and Corporate 'Social' Responsibility: Towards Alternative Spaces of Citizenship?". *Antipode* 36:5, 851–870.
- Sahlin-Andersson, Kerstin (2006), "Corporate social responsibility: a trend and a movement, but of what and for what?". *Corporate Governance: The international journal of business in society*, 6:5, 595–608.
- SAK, STTK & Akava (2.6.2014), *Statement – on corporate social responsibility – submitted by Finnish employee organisations to the European Commission*. Suomalaisten palkansaajajärjestöjen lausunto Euroopan komissiolle. Saatavissa: <[www.finunions.org/files/136/Statement\\_on\\_CSR\\_to\\_Commission.pdf](http://www.finunions.org/files/136/Statement_on_CSR_to_Commission.pdf)>.
- Scholte, Jan A. (2005), *Globalization: a critical introduction*. Toinen painos. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Shamir, Ronen (2008), "The age of responsabilization: on market-embedded morality". *Economy and Society Volume*, 37:1, 1–19.
- Siltala, Juha (2016), *Työnantajan alaisena ilman työsuhdetta – Uuden talouden keikka- ja silpputyö paaluuna entiseen*. Kalevi Sorsa säätiö, Impulsseja-sarja, syyskuu 2016.
- Sivonen, Jouni (2008), "Kyselyaineiston havaintojen painottaminen". *KvantiMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto*. Saatavissa: <<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/painottaminen/painotus.html>>, luettu 5.12.2016.
- Smith, N. Craig. (1990), *Morality and the market: consumer pressure for corporate accountability*. Lontoo: Routledge.
- Spence, Laura J. (1999), "Does size matter? The state of the art in small business ethics". *Business Ethics: A European Review*, 8:3, 163–175.

Stolle, Dietlind & Michele Micheletti (2013), *Political Consumerism*. New York: Cambridge University Press.

Streeck, Wolfgang (1998), “Vom Binnenmarkt zum Bundesstaat”. Teoksessa Leibfried, Stephan & Paul Pierson (toim.) *Standort Europa: Sozialpolitik zwischen Nationalstaat und Euopäischer Integration*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Talouselämä (12.10.2015), *Taas potkupommi: LähiTapiola aloittaa 600 henkeä koskevat yt-neuvottelut*. Uutinen.

Taloussanommat (2016), *Taloussanakirja: ulkoisvaikutus*. Saatavissa: <<http://www.taloussanommat.fi/porssi/sanakirja/termi/ulkoisvaikutus>>, luettu 12.2.2016.

Tilastokeskus (2016), *Tilastokeskuksen PX-Web-tietokannat*. Saatavilla: <[http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin\\_\\_vrm\\_\\_tyokay/010\\_tyokay\\_tau\\_101.px/table/tableViewLayout1/?rxid=5f70c2ce-58f2-4d5a-aa8d-990390694](http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin__vrm__tyokay/010_tyokay_tau_101.px/table/tableViewLayout1/?rxid=5f70c2ce-58f2-4d5a-aa8d-990390694)>, luettu 6.3.2017.

Transparency International (2014), *Corruption Perceptions Index 2014: Results*. Saatavissa: <<http://www.transparency.org/cpi2014/results>>, luettu 9.3.2016.

Trägårdh, Lars (1997), “Statist Individualism: On the Culturality of the Nordic Welfare State”. Teoksessa Sørensen, Øystein ja Bo Stråth *Cultural construction of Norden*, 253–285. Oslo: Scandinavian University Press.

Työ- ja elinkeinoministeriö (2015a), *Yhteiskuntavastuu*. Saatavissa: <<http://www.tem.fi/yritykset/yhteiskuntavastuu>>, luettu 30.5.2016.

Työ- ja elinkeinoministeriö (2015b), *Päivittäistavarakauppa edelläkävijänä ihmisoikeuksien kunnioittamisessa hankinnoissa*. Tiedote 20.8.2015. Saatavissa: <[http://www.tem.fi/yritykset/yhteiskuntavastuu/ajankohtaista\\_yhteiskuntavastuusta/paivittaistavarakauppa\\_edellakavijana\\_ihmisoikeuksien\\_kunnioittamisessa\\_hankinnoissa.118540.news](http://www.tem.fi/yritykset/yhteiskuntavastuu/ajankohtaista_yhteiskuntavastuusta/paivittaistavarakauppa_edellakavijana_ihmisoikeuksien_kunnioittamisessa_hankinnoissa.118540.news)>, luettu 15.3.2016.

Työ- ja elinkeinoministeriö (2016a), *Selvitys sidosryhmien käsityksistä suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuusta*. Kilpailukyky 21/2016.

Työ- ja elinkeinoministeriö (2016b), *OECD:n monikansallisten yritysten toimintaohjeiden yksittäistapausten käsittely*. Saatavissa: <<http://tem.fi/oecd-n-monikansallisten-yritysten-toimintaohjeiden-yksitaistapausten-kasittely>>. Luettu 25.8.2016

Työ- ja elinkeinoministeriö (2016c), *Yhteiskuntavastuu*. Saatavissa: <<http://tem.fi/yhteiskuntavastuu>>. Luettu 2.8.2016.

Työ- ja elinkeinoministeriö (2017), *Yhteiskuntavastuu*. Saatavissa: <<http://tem.fi/yhteiskuntavastuu>>. Luettu 20.1.2017.

Valtioneuvoston kanslia (2011), *Pääministeri Jyrki Kataisen hallituksen ohjelma 22.6.2011*.

Valtioneuvoston kanslia (2015), *Ratkaisujen Suomi - Pääministeri Juha Sipilän hallituksen strateginen ohjelma 29.5.2015*.

Valtioneuvoston kanslia (12.5.2016), *Hallitus linjasi valtion omistajaohjauspolitiikkaa - yhteiskuntavastuu perusarvoksi*. Saatavissa: <[http://vnk.fi/artikkeli/-/asset\\_publisher/hallitus-linjasi-valtion-omistajaohjauspolitiikkaa-yhteiskuntavastuu-perusarvoksi](http://vnk.fi/artikkeli/-/asset_publisher/hallitus-linjasi-valtion-omistajaohjauspolitiikkaa-yhteiskuntavastuu-perusarvoksi)>.

Walmart (2014), *Annual Report 2014*. Saatavissa: <<https://cdn.corporate.walmart.com/66/e5/9ff9a87445949173fde56316ac5f/2014-annual-report.pdf>>, luettu 8.5.2016.

Westinen, Jussi (2015), *Cleavages in Contemporary Finland A Study on Party-Voter Ties*. Turku: Åbo Akademi University Press.

Yhteiskuntatieteellinen tietokirjasto (2015), *Flash Eurobarometrit*. Saatavissa: <<http://www.fsd.uta.fi/fi/aineistot/kvdata/flasheb.html>>. Luettu 11.12.2015.

YK (2000), Global Compact aloite. Ks. <<https://www.unglobalcompact.org/>>.

YK (2011), Guiding principles on business and human rights. Saatavissa: <[http://www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR\\_EN.pdf](http://www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR_EN.pdf)>, luettu 7.4.2016.

YK:n ihmisoikeusneuvosto (2015), Written statement\* submitted by Social Service Agency, Global Policy Forum, Geneva Infant Feeding Association, Friends of the Earth Europe and CIDSE, non-governmental organizations in special consultative status. A/HRC/WG.16/1/NGO/9. Saatavissa: <<http://www.ohchr.org/Documents/HRBodies/HRCouncil/WGTransCorp/Session1/A.HRC.WG.16.1.NGO.9.pdf>>, luettu 7.3.2016.

Zadek, Simon (2001), *The civil corporation: the New Economy of Corporate Citizenship*. London: Earthscan.

# Liitteet

## Liite 1: Kyselylomakkeen suomalaiset kysymys- ja vastausmuodot Flash Eurobarometrissa 363

(D1) Minkä ikäinen olette?

(D2) Vastaajan sukupuoli

- Mies
- Nainen

(D5a) Sanoisitteko, että olette tällä hetkellä yrittäjä, toimihenkilö, työntekijä vai työelämän ulkopuolella?

- Yrittäjä
- Toimihenkilö
- Työntekijä (teollisuustyöntekijä, rakennusmies, siivooja, bussikuski jne.)
- Työelämän ulkopuolella

(D5b) [Kysytään D5a ”yrittäjä” vastanneilta] Sanoisitteko olevanne...?

- Maanviljelijä, metsätyöntekijä, kalastaja
- Kaupanomistaja, käsityöläinen
- Yksityinen akateeminen ammatinharjoittaja (lakimies, lääkäri, kirjanpitäjä, arkkitehti...)
- Yrityksen omistaja

(D5c) [Kysytään D5a ”toimihenkilö” vastanneilta] Sanoisitteko olevanne...?

- Keskijohto, muu johto (osastopäällikkö, opettaja, teknikko)
- Pääjohtaja, johtaja tai ylintä johtoa
- Akateeminen ammattilainen (lääkäri, lakimies, kirjanpitäjä, arkkitehti...)
- Virkamies
- Toimistotyöntekijä
- Muu toimihenkilö (myyntiedustaja, sairaanhoitaja...)

(D5d) [Kysytään D5a ”työntekijä” vastanneilta] Sanoisitteko olevanne...?

- Työnjohtaja tai tiiminvetäjä
- Työntekijä (teollisuustyöntekijä, rakennusmies, siivooja, bussikuski jne.)
- Kouluttamaton työntekijä
- Muu manuaalinen työntekijä

(D5e) [Kysytään D5a ”työelämän ulkopuolella” vastanneilta] Sanoisitteko olevanne...?

- Opiskelija (kokoaikainen)
- Eläkeläinen
- Työtön työnhakija
- Kodista huolehtiva
- Muu työelämän ulkopuolella

(Q1) Yritysten toimintaan vaikuttavat monet eri tahot. Kenen pitäisi mielestänne ottaa johtava rooli yritystoimintaan vaikuttamisessa Suomessa?

[Luettele - enintään 3 vastausta]

- Viranomaisten (mukaan lukien kansallisen ja paikallisen tason hallitukset sekä Euroopan unioni ja muut kansainväliset organisaatiot) – politiikan ja sääntelyn kautta
- Kansalaisten – ostopäätösten kautta
- Sijoittajien – sijoituskohteita koskevien päätösten kautta
- Kansalais- ja hyväntekeväisyysjärjestöjen – ongelmia tunnistamalla ja niihin ratkaisuja tarjoamalla
- Yritysjohtajien – yritystoimintaa koskevien päätösten kautta
- Ammattiliittojen – ongelmia tunnistamalla ja niihin ratkaisuja tarjoamalla



(Q2) Oletteko mielestänne erittäin hyvin perillä, melko hyvin perillä, ette kovin hyvin perillä vai ette lainkaan perillä siitä, millä tavoin Suomessa toimivat yritykset osoittavat vastuullista käytöstä yhteiskuntaan kohtaan?

- Erittäin hyvin perillä
- Melko hyvin perillä
- Ette kovin hyvin perillä
- Ette lainkaan perillä

(Q3) Oletteko erittäin kiinnostunut, jonkin verran kiinnostunut, ette kovinkaan kiinnostunut vai ette lainkaan kiinnostunut siitä, millä tavoin Suomessa toimivat yritykset osoittavat vastuullista käytöstä yhteiskuntaan kohtaan?

- Erittäin kiinnostunut
- Jonkin verran kiinnostunut
- Ette kovinkaan kiinnostunut
- Ette lainkaan kiinnostunut

(Q4) Onko yritysten kokonaisvaikutus yhteiskuntaan Suomessa mielestänne hyvin myönteinen, melko myönteinen, melko kielteinen vai hyvin kielteinen?

- Hyvin myönteinen
- Melko myönteinen
- Melko kielteinen
- Hyvin kielteinen

(Q5) Jos vertaatte nykytilannetta kymmenen vuoden takaiseen, kiinnittävätkö yritykset yleensä ottaen mielestänne nykyisin paljon enemmän, hieman enemmän, saman verran, hieman vähemmän vai paljon vähemmän huomiota toimintansa yhteiskunnallisiin vaikutuksiin Suomessa?

- Paljon enemmän
- Hieman enemmän
- Saman verran
- Hieman vähemmän
- Paljon vähemmän

(Q6) Pyrkivätkö seuraavan tyyppiset yritykset mielestänne käyttäytymään vastuullisesti yhteiskuntaa kohtaan Suomessa?

[Jokaiseen alla olevaan vastaus: Kyllä, selvästi; Kyllä, jossain määrin; Ei, eivät oikeastaan; Ei, ehdottomasti eivät]

- Pienet ja keskisuuret yritykset
- Suuryritykset
- ICT-yritykset
- Vaatteita ja kenkiä valmistavat yritykset
- Finanssialan yritykset
- Elintarvikkeita valmistavat yritykset
- Kaivos-, öljy- ja maakaasualan yritykset
- Rakennusalan yritykset
- Kemianalan yritykset
- Lääkealan yritykset

(Q7) Mitkä seuraavista asioista ovat mielestänne yritysten merkittävimmät myönteiset vaikutukset yhteiskuntaan Suomessa?

[Luettele - enintään 3 vastausta]

- Verojen maksaminen
- Työpaikkojen luominen
- Innovatiivisten tuotteiden ja palveluiden kehittäminen
- Tuoton takaaminen investoijille
- Osallisuus taloudelliseen kasvuun
- Taloudellinen tai materiaallinen tuki paikallisille asukkaille
- Omien työntekijöiden kouluttaminen

(Q8) Mitkä seuraavista asioista ovat mielestänne yritysten merkittävimmät kielteiset vaikutukset yhteiskuntaan Suomessa?

[Luettele - enintään 3 vastausta]

- Ympäristön saastuttaminen
- Lahjonta
- Huonot työskentelyolosuhteet, piittaamattomuus työelämän standardeista
- Liiallinen vaikutus hallituspolitiikkaan
- Yllyttäminen liikakulutukseen
- Työntekijöiden määrän vähentäminen
- Tuotteiden ja palveluiden huono laatu

(D4) Minkä ikäisenä lopetitte päätoimisen opiskelun?

(D13) Sanoisitteko, että Te asutte...?

- Maaseutualueella tai kylässä
- Pienessä tai keskisuuressa kaupungissa
- Suuressa kaupungissa

## Liitetaulukot

Lähde liitetaulukoihin: Flash Eurobarometri 363 2013.

Liitetaulukko 1. Tarkemmat työmarkkina-asemaluokat.

Työmarkkina-asema	Alkuperäinen tarkempi luokka	Uudelleen luokiteltu tarkempi luokka	% (N) ei painotettu	% (N) painotettu
Yrittäjä	Maanviljelijä, metsätyöntekijä, kalastaja	Maatalous- tai pienyrittäjä	1,7 (17)	1,8 (18)
	Kaupanomistaja, käsityöläinen			
	Yksityinen akateeminen ammatinharjoittaja (lakimies, lääkäri, kirjanpitäjä, arkkitehti...)	Akateeminen yrittäjä tai omistaja	4,3 (43)	4,7 (47)
	Yrityksen omistaja			
Toimihenkilö	Muu yrittäjä			
	Keskijohto, muu johto (osastopäällikkö, opettaja, teknikko)	Johto	4,3 (43)	5,4 (54)
	Pääjohtaja, johtaja tai ylintä johtoa			
	Akateeminen ammattilainen (lääkäri, lakimies, kirjanpitäjä, arkkitehti...)	Ylempi toimihenkilö	7,7 (77)	8,9 (89)
	Virkamies	Alempi toimihenkilö	5,4 (54)	6,4 (64)
	Toimistotyöntekijä			
	Muu toimihenkilö (myyntiedustaja, sairaanhoitaja...)			
Työntekijä <sup>20</sup>	Muu toimihenkilö	<i>Koodattu pois, koska ei voi luokitella kahteen ylläolevaan luokkaan. N=3 eli luokka on hyvin pieni.</i>		
	Työnjohtaja tai tiiminvetäjä	Työntekijä	20,8 (208)	26,7 (267)
	Työntekijä (teollisuustyöntekijä, rakennusmies, siivooja, bussikuski jne.)			
	Kouluttamaton työntekijä			
	Muu manuaalinen työntekijä			
Työelämän ulkopuolella	Muu työntekijä			
	Opiskelija (kokoaikainen)	Opiskelija	7,8 (78)	12,5 (125)
	Eläkeläinen	Eläkeläinen	43,3 (432)	27,2 (272)
	Työtön työnhakija	Työtön työnhakija	2,9 (29)	4,0 (40)
	Kodista huolehtiva	Kodista huolehtivat	1,7 (17)	2,2 (22)
	Muu työelämän ulkopuolella	<i>Koodattu pois, koska ei voi luokitella neljään ylläolevaan luokkaan. N=3 eli luokka on hyvin pieni.</i>		

N=998

<sup>20</sup> Engl. *Manual worker*

Liitetaulukko 2. Tarkemman ammattiryhmän tai työmarkkina-aseman vaikutus näkemykseen yritysten kokonaisvaikutuksesta yhteiskuntaan (%).

Ammattiryhmä	Hyvin tai melko myönteinen	Hyvin tai melko kielteinen	Yht. (N)
Maatalous tai -pienyrittäjä	94,4	5,6	100 (18)
Akateeminen yrittäjä tai omistaja	95,5	4,5	100 (44)
Johto	90,7	9,3	100 (54)
Ylempi toimihenkilö	89,9	10,1	100 (89)
Alempi toimihenkilö	91,9	8,1	100 (62)
Työntekijä	88,6	11,4	100 (256)
Opiskelija	91,1	8,9	100 (123)
Eläkeläinen	77,5	22,5	100 (253)
Työtön työnhakija	78,9	21,1	100 (38)
Kodista huolehtivat	91,7	9,5	100 (21)
$\chi^2$ : $p \leq 0,001$			

N=958

Liitetaulukko 3. Asuinpaikan vaikutus näkemykseen yritysten kokonaisvaikutuksesta yhteiskuntaan (%).

	Hyvin tai melko myönteinen	Hyvin tai melko kielteinen	Yht. (N)
Maaseutu tai kylä	82,3	17,7	100 (249)
Pieni tai keskikokoinen kaupunki	86,2	13,8	100 (413)
Suuri kaupunki	89,3	10,7	100 (298)
$\chi^2$ : $p>0,05$			

N=960

Liitetaulukko 4. Iän vaikutus näkemykseen yritysten kokonaisvaikutuksesta yhteiskuntaan (%).

	Hyvin tai melko myönteinen	Hyvin tai melko kielteinen	Yht. (N)
15–24-vuotias	94,4	5,6	100 (144)
25–39-vuotias	92,2	7,8	100 (218)
40–54-vuotias	85,4	14,6	100 (239)
$\geq 55$ -vuotias	80,2	19,8	100 (364)
$\chi^2$ : $p\leq 0,001$			

N=965

Liitetaulukko 5. Kokopäiväisen koulutuksen päättymisiän vaikutus näkemykseen yritysten kokonaisvaikutuksesta yhteiskuntaan (%).

	Hyvin tai melko myönteinen	Hyvin tai melko kielteinen	Yht. (N)
$\leq 15$ -vuotiaana	76,7	23,3	100 (86)
16–19-vuotiaana	83,1	16,9	100 (225)
$\geq 20$ -vuotiaana	89,2	10,8	100 (493)
Opiskelee yhä	89,2	10,8	100 (139)
$\chi^2$ : $p\leq 0,01$			

N=943

Liitetaulukko 6. Tarkemman ammattiryhmän tai työmarkkina-aseman vaikutus näkemykseen siitä, kiinnittävätkö yritykset enemmän, saman verran vai vähemmän huomiota yhteiskunnallisiin vaikutuksiinsa verrattuna 10 vuoden takaiseen (%).

Ammattiryhmä tai työmarkkina-asema	Paljon tai hieman enemmän	Saman verran	Paljon tai hieman vähemmän	Yht. (N)
Maatalous- tai pienyrittäjä	64,7	17,6	17,6	100 (17)
Akateeminen yrittäjä tai omistaja	45,7	17,4	37,0	100 (46)
Johto	45,3	13,2	41,5	100 (53)
Ylempi toimihenkilö	54,0	10,3	35,6	100 (87)
Alempi toimihenkilö	47,5	19,7	32,8	100 (61)
Työntekijä	44,1	17,0	38,9	100 (247)
Opiskelija	57,1	27,6	15,3	100 (98)
Eläkeläinen	39,3	11,7	49,0	100 (247)
Työtön työnhakija	42,9	14,3	42,9	100 (35)
Kodista huolehtivat	56,5	8,7	34,8	100 (23)
$\chi^2$ : $p \leq 0,001$				

N=914

Liitetaulukko 7. Todennäköisyys nähdä yritysten kiinnittävän paljon tai hieman enemmän tai saman verran huomioita yhteiskunnallisiin vaikutuksiinsa kuin 10 vuotta sitten. Referenssikategoriana on, että yritykset kiinnittävät paljon tai hieman vähemmän huomiota kuin 10 vuotta sitten. Multinomiaalinen logistinen regressio (OR).

			Ref. Vähemmän	
Sukupuoli	(ref. mies)	nainen	enemmän	1,670***
			saman verran	1,224
Ikä	(ref. 15–24-vuotiaat)	25–39-vuotiaat	enemmän	0,865
			saman verran	0,711
		40–54-vuotiaat	enemmän	0,356**
			saman verran	0,318*
		≥55-vuotiaat	enemmän	0,370*
			saman verran	0,415
Asuinpaikka	(ref. suuri kaupunki)	maaseutu	enemmän	0,544**
			saman verran	0,773
		pk-kaupunki	enemmän	0,642*
			saman verran	0,918
Kokopäiväisen koulutuksen päättymisikä	(ref. ≤15-vuotiaana)	16–19-vuotiaana	enemmän	0,930
			saman verran	1,056
		≥20-vuotiaana	enemmän	1,335
			saman verran	1,621
		opiskelee yhä	enemmän	0,481
			saman verran	0,585
Ammattiryhmä tai työmarkkina-asema	(ref. yrittäjä)	toimihenkilö	enemmän	0,489*
			saman verran	0,499
		työntekijä	enemmän	0,446*
			saman verran	0,538
		opiskelija	enemmän	1,698
			saman verran	2,489
		työelämän ulkopuolella	enemmän	0,449*
			saman verran	0,371*
Kiinnostus yritysten yhteiskunnallisia vaikutuksia kohtaan	(ref. ei kiinnostunut)	kiinnostunut	enemmän	0,813
			saman verran	0,757
Tietämyksestä yritysten yhteiskunnallisista vaikutuksista	(ref. ei tietoinen)	tietoinen	enemmän	0,914
			saman verran	0,823
Selitysaste (Nagelkerke R <sup>2</sup> )			0,119	
N			901	
Waldin testin merkitsevyystasot: *p≤0,05, **p≤0,01, ***p≤0,001				



Liitetaulukko 8. Tarkemman ammattiryhmän tai työmarkkina-aseman vaikutus siihen, mitkä kansalainen näkee yritysten tärkeimpinä myönteisinä vaikutuksina yhteiskuntaan (% ammattiryhmästä maininnut kyseisen vaikutuksen, yksi vastaaja on maininnut enintään kolme merkittävimpänä pitämäänsä vaikutusta).

<b>Ammattiryhmä tai työmarkkina-asema</b>	<b>Työpaikkojen luominen</b>	<b>Verojen maksaminen</b>	<b>Innovaatioiden kehittäminen</b>	<b>Talousskasvun luominen</b>	<b>Omien työntekijöiden kouluttaminen</b>	<b>Tuki paikallisille asukkaille</b>	<b>Tuoton taakaaminen investoijille</b>
Maatalous- tai pienyrittäjä	83,3	38,9	33,3	44,4	11,1	11,1	22,2
Akateeminen yrittäjä tai omistaja	73,9	53,2	26,1	30,4	25,5	17,0	8,5
Johto	83,3	37,0	31,5	35,2	24,1	14,8	9,3
Ylempi toimihenkilö	82,0	60,7	40,0	32,6	13,5	14,6	6,7
Alempi toimihenkilö	73,4	60,3	39,1	28,1	25,0	4,8	14,1
Työntekijä	65,5	43,0	21,9	28,8	31,3	14,7	12,5
Opiskelija	65,6	41,9	41,1	29,6	25,0	15,2	1,6
Eläkeläinen	62,1	41,5	22,4	19,9	30,5	10,7	10,3
Työtön työnhakija	67,5	39,0	22,5	32,5	17,5	17,5	2,5
Kodista huolehtiva	86,4	79,3	22,7	31,8	22,7	36,4	4,5

N=1003–1004

Liitetaulukko 9. Tarkemman ammattiryhmän tai työmarkkina-aseman vaikutus siihen, mitkä kansalainen näkee yritysten tärkeimpinä kielteisinä vaikutuksina yhteiskuntaan (% ammattiryhmästä maininnut kyseisen vaikutuksen, yksi vastaaja on maininnut enintään kolme merkittävimpänä pitämäänsä vaikutusta).

Ammattiryhmä tai työmarkkina-asema	Työntekijöiden vähentäminen	Ympäristön saastuttaminen	Yllyttäminen ylikulutukseen	Huonot työskentelyolosuhteet	Tuotteiden huono laatu	Korruptio	Liiallinen vaikutus hallituspolitiikkaan
Maatalous- tai pienyrittäjä	50,0	33,3	11,1	38,9	11,1	33,3	5,6
Akateeminen yrittäjä tai omistaja	48,9	41,3	34,8	23,4	21,3	21,7	13,0
Johto	63,0	57,4	18,5	16,7	22,2	24,1	18,5
Ylempi toimihenkilö	61,8	57,8	37,1	13,5	19,1	14,6	12,4
Alempi toimihenkilö	84,1	42,2	10,9	26,6	31,7	7,9	14,1
Työntekijä	58,9	41,1	18,1	34,5	22,3	18,2	20,1
Opiskelija	45,6	49,6	30,6	20,0	25,6	10,4	12,0
Eläkeläinen	55,5	46,3	24,7	18,8	20,6	20,3	12,5
Työtön työnhakija	60,0	27,5	34,1	17,5	17,1	17,1	15,0
Kodista huolehtiva	54,5	60,9	50,0	36,4	9,1	22,7	22,7

N=1004–1005

Liitetaulukko 10. Tarkemman ammattiryhmän tai työmarkkina-aseman vaikutus siihen, näkeekö vastaaja pk-yritysten pyrkivän käyttäytymään vastuullisesti yhteiskuntaa kohtaan Suomessa (%).

Ammattiryhmä	Pyrkivät hyvin tai melko paljon	Eivät oikeastaan tai lainkaan pyri	Yht. (N)
Maatalous tai -pienyrittäjä	88,2	11,8	100 (17)
Akateeminen yrittäjä tai omistaja	97,8	2,2	100 (45)
Johto	83,3	16,7	100 (54)
Ylempi toimihenkilö	79,3	20,7	100 (87)
Alempi toimihenkilö	88,3	11,7	100 (60)
Työntekijä	87,4	12,6	100 (254)
Opiskelija	90,8	9,2	100 (119)
Eläkeläinen	89,2	10,8	100 (250)
Työtön työnhakija	77,8	22,2	100 (36)
Kodista huolehtivat	86,4	13,6	100 (22)
$\chi^2$ : $p > 0,05$			

N=944

Liitetaulukko 11. Tarkemman ammattiryhmän tai työmarkkina-aseman vaikutus siihen, näkeekö vastaaja suuryritysten pyrkivän käyttäytymään vastuullisesti yhteiskuntaa kohtaan Suomessa (%).

Ammattiryhmä	Pyrkivät hyvin tai melko paljon	Eivät oikeastaan tai lainkaan pyri	Yht. (N)
Maatalous tai -pienyrittäjä	72,2	27,8	100 (18)
Akateeminen yrittäjä tai omistaja	66,7	33,3	100 (45)
Johto	70,4	29,6	100 (54)
Ylempi toimihenkilö	52,3	47,7	100 (88)
Alempi toimihenkilö	65,0	35,0	100 (60)
Työntekijä	62,8	37,2	100 (261)
Opiskelija	69,2	30,8	100 (120)
Eläkeläinen	49,8	50,2	100 (253)
Työtön työnhakija	51,4	48,6	100 (35)
Kodista huolehtivat	63,6	36,4	100 (22)
$\chi^2$ : $p \leq 0,01$			

N=952

Liitetaulukko 12. Tarkemman ammattiryhmän tai työmarkkina-aseman vaikutus vastaajan näkemykseen siitä, minkä tahon pitäisi ottaa päävastuu yritystoimintaan vaikuttamisessa Suomessa (% ammattiryhmästä maininnut kyseisen tahon, yksi vastaaja on maininnut enintään kolme merkittävimpänä pitämäänsä tahoa).

	<b>Yritys- johtajat</b>	<b>Valtio ja viranomai- set</b>	<b>Kansalaiset ostopäätök- sillä</b>	<b>Ammatti- liitot</b>	<b>Sijoittajat</b>	<b>Kansalais- järjestöt</b>
Maatalous- tai pienyrittäjä	22,2	61,1	41,2	27,8	27,8	0,0
Akateeminen yrit- täjä tai omistaja	55,3	47,8	37,0	19,6	14,9	2,2
Johto	59,3	48,1	42,6	20,4	16,7	9,3
Ylempi toimihen- kilö	61,1	67,4	48,3	26,7	20,0	5,6
Alempi toimihen- kilö	60,9	57,1	54,7	31,7	17,2	3,1
Työntekijä	45,7	43,0	41,5	40,2	10,6	4,9
Opiskelija	51,2	36,0	40,0	35,2	9,6	5,6
Eläkeläinen	50,2	39,7	32,4	25,4	12,9	4,8
Työtön työnhakija	42,5	39,0	22,0	37,5	12,5	9,8
Kodista huolehti- vat	56,5	78,3	59,1	22,7	17,4	0,0

N=1002–1005